



ALPES VAUDOISES

VILLARS-GRYON
LES DIABLERETS
BEX

Rapport annuel

**ASSOCIATION TOURISTIQUE
PORTE DES ALPES
2024**

Sommaire

4.

Mots du Président et du Directeur Général

6. ORGANISATION PORTE DES ALPES

8.

Comité stratégique et promotion

9.

Conseil d'administration de Villars Loisirs & Tourisme VLT

10.

Gryon

11.

Les Diablerets

12.

Bex

14.

Organisation – Organigramme

16.

Rapport de Bex

18.

Rapport des Diablerets

20.

Rapport de Gryon

22.

Rapport de Villars

24. PROMOTION PORTE DES ALPES

26.

Campagne de l'hiver 2023-2024

27.

Canaux de communication

30.

Campagne de l'été 2024

31.

Canaux de communication

38.

Presse

41.

Tourisme d'affaires - MICE

50.

Actions Trade & Grand public

52.

Site internet Alpes Vaudoises

56.

Réseaux sociaux

60.

Lexique

62.

Résultats financiers

Not du Président

En tant que président du groupement de notre axe, je suis ravi de partager avec vous les avancées et réalisations qui ont marqué cette nouvelle année. Notre dynamique collective continue de porter ses fruits, et je tiens à remercier chaque acteur pour son engagement.

À souligner le travail exceptionnel réalisé par l'équipe de la promotion de notre axe « Porte des Alpes ». Avec un budget limité, elle parvient à mener des actions de communication et de valorisation remarquables, contribuant ainsi activement au rayonnement de notre groupement. Leur engagement et leur créativité sont des atouts précieux pour notre développement.

Je souhaite également féliciter toute l'équipe d'Alpes Vaudoises Société Coopérative (AVSC), pour le travail considérable qu'ils ont accompli. Leur professionnalisme et leur souci du détail se reflètent dans la qualité de leur travail, notamment dans la conception et la mise en ligne du site internet www.alpesvaudoises.ch. Ce dernier constitue une véritable vitrine pour notre groupement et un outil essentiel pour notre communication et notre développement.

J'ai pleinement conscience que la période actuelle n'est pas facile pour les collaborateurs d'AVSC, et je tiens à leur adresser tout mon soutien.

Leur engagement et leur persévérance sont admirables, et je les encourage à poursuivre dans cette voie. Nous apprécions leur contribution et sommes convaincus que leurs efforts porteront leurs fruits.

Tous ces efforts réalisés par nos équipes de promotion et marketing sont d'autant plus admirables dans un contexte de politique mondiale très tendue et de franc fort, qui ajoutent des défis supplémentaires à nos activités.

Grâce à l'investissement de tous, nous avançons ensemble vers nos objectifs, et je suis convaincu que cette synergie nous permettra d'aller encore plus loin.

« Seul on va plus vite ; ensemble, on va plus loin. »

Proverbe africain

Emmanuel
Capancioni

Not du Directeur Général

Chers partenaires, collègues et acteurs du secteur touristique,

C'est avec un grand plaisir et une grande fierté que je vous présente ce rapport annuel, témoin de l'évolution de notre secteur touristique au cours de l'année écoulée. Une année marquée par des changements, des défis, mais également par des progrès significatifs.

Tout d'abord, nous avons observé des tendances positives dans la fréquentation touristique, malgré un contexte mondial parfois incertain. Le nombre de visiteurs continue de croître, témoignant de l'attractivité de notre destination, qui reste un pilier essentiel de l'économie locale. Cependant, cette croissance nous pousse à redoubler d'efforts pour offrir une expérience toujours plus riche et diversifiée.

Un autre point important réside dans l'évolution de la direction de nos entités touristiques. De nouvelles équipes ont été mises en place, et avec elles, une vision renouvelée pour anticiper les tendances futures du tourisme. Nous avons entrepris des réformes internes visant à renforcer la collaboration entre les différents acteurs du secteur et à rationaliser la gestion des projets touristiques afin de répondre plus efficacement aux besoins de nos visiteurs.

Cependant, malgré ces succès, de nombreux défis se profilent à l'horizon. Les attentes des touristes évoluent rapidement et, dans un contexte mondial de plus en plus concurrentiel,

nous devons faire preuve d'agilité et d'innovation pour maintenir notre position parmi les destinations les plus attractives. Cela implique non seulement une amélioration continue de nos infrastructures, mais aussi un accent renforcé sur la diversification de nos activités. Nous souhaitons offrir une gamme d'expériences enrichissantes, qu'il s'agisse de tourisme culturel, sportif, d'aventure ou encore de bien-être, afin de répondre aux envies multiples de nos visiteurs.

Notre ambition est claire : rester une destination incontournable tout en répondant aux défis du développement durable et en mettant en place des stratégies qui favorisent une croissance inclusive et responsable. Nous devons préserver l'authenticité de nos sites tout en les rendant accessibles et attractifs pour une clientèle internationale de plus en plus exigeante.

En conclusion, je tiens à remercier toutes les équipes, les partenaires et les acteurs du secteur pour leur engagement et leur collaboration. Ensemble, nous continuerons à bâtir une destination où innovation, qualité et diversité se conjuguent pour offrir aux visiteurs une expérience inoubliable.

Bien à vous,

Sergei
Aschwanden



Organisation
PORTE DES ALPES

Comité stratégique & Promotion

PRÉSIDENT

Emmanuel Capancioni

VICE-PRÉSIDENT

Eric Chabloz

DIRECTION

Sergei Aschwanden

VILLARS

Dominique Dietrich, Marc-Henri Duc, Nicolas Croci Torti, Caroline Ganz de Meyer

GRYON

Fabian Denzler

LES DIABLERETS

Jean-Marie Schlaubitz, Vincent Bardy, Alexandra Wartner

BEX

Philippe Benoit

TVGD

Martin Deburaux

RESPONSABLES STATIONS

Christian Parisod, Patrick Grobéty, Sergei Aschwanden

Conseil d'administration de Villars Loisirs & Tourisme VLT

PRÉSIDENT

André Duvillard *dès le 19.12.2024*

VICE-PRÉSIDENTE

Caroline Ganz de Meyer

VICE-PRÉSIDENT

Nicolas Croci Torti

DIRECTION

Sergei Aschwanden

ÉCOLES PRIVÉES

Grégory Méan

ÉCOLES DE SKI

Marc-Henri Duc

GIEVO

Frédéric Heiz, Frédéric Dupont

HÔTELS

Dominique Dietrich

APR2

Roger Turin

TVGD

Martin Deburaux

VAR

Jean-Yves Blatt

Gryon

PRÉSIDENT

Fabian Denzler

MUNICIPALITÉ

Pierre-André Burnier, Eric Chabloz

DIRECTEUR DE STATION

Christian Parisod

MEMBRES

Sylviane Golay

Kate Lane

Jean-Hervé Bourdet

Frédéric Dupuis

Laurent Chabloz

Laurent Weber

Les Diablerets

PRÉSIDENT

Vincent Bardy

VICE-PRÉSIDENT

Luc Dégallier

MUNICIPALITÉ

Jean-Marie Schlaubitz

DIRECTION

Patrick Grobéty

SSH

Alexandra Wartner

ARCAD

Joan Trachsel

APCADO

Gabriel Granger, Isabelle Wilson

ÉCOLE DE SKI

Pierre-Alain Werro

GLACIER 3000

Bernhard Tschannen

TVGD

Martin Deburaux

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERS-L'ÉGLISE

Jean-Pierre Crausaz

MEMBRE DU COMITÉ

Simon Rouèche

Bex

PRÉSIDENT

Philippe Benoit

DIRECTION

Sergei Aschwanden

MEMBRES

Dominique Jaccard Etter

Emmanuel Capancioni

Michel Flückiger

Henry Savioz



Organisation

SERGEI ASCHWANDEN
Directeur général

VALÉRIE NEUKOMM
Assistante de direction

BASTIEN DUPERTUIS & LAURE GAILLET
Comptables

OFFICE DU TOURISME VILLARS

SERGEI ASCHWANDEN
Directeur de station

ACCUEIL

EVA JUNGO
Resp. service Accueil &
Information & RH

JUSTINE GARNY
Resp. Information &
Produits touristiques

SALOMÉ TAUXE
Resp. Merchandising &
Relations partenaires

LAETITIA NEUKOMM
Collaboratrice

CHLOÉ GORGERAT
Collaboratrice *arrivée 01.10*

JOYSSE ROUGE
Apprentie *départ 14.08*

MARIE BORLOZ
Apprentie *arrivée 17.09*

ANIMATIONS - ÉVÉNEMENTS

SÉBASTIEN BURDET
Resp. service Events &
Communication

MATTEO BERTELÀ
Collaborateur

TIM JOLIAT
Collaborateur

ÉMILIE ECOFFEY
Social Media Manager

ALLISON PRETOT
Graphiste *départ 31.12*

GAËLLE CHERIX
Apprentie *départ 31.09*

JOYSSE ROUGE
Apprentie *arrivée 01.09*

OFFICE DU TOURISME BEX

REZA KHOSHKHOO
Collaborateur

MARYLISE VEILLON
Collaboratrice

OFFICE DU TOURISME GRYON

CHRISTIAN PARISOD
Directeur de station

SONIA BURNIER
Adjointe administrative de
direction, Comptable, RH

MATHILDE AMACKER
Communication, Accueil &
Information

CHRISTIAN BARREL
Administration, Accueil &
Animations

CLOÉ BURNIER
Administration, Accueil

RUT MAYO
Administration, Accueil

FRIDA KIPPER
Auxiliaire administration,
Accueil

OFFICE DU TOURISME LES DIABLERETS

FRANÇOIS MOILLEN
Directeur de station *départ 30.06*

PATRICK GROBÉTY
Directeur de station *arrivée 01.06*

DANIEL ALMEIDA
Collaborateur Accueil &
Information *départ 30.06*

VALENTINE PERROTEY
Collaboratrice Accueil &
Information *arrivée 01.07*

HEIDI BAY
Animations & Événements

SARAH BEAUSIRE
Animations & Événements
départ 31.10

LOU-ANN VOUILLAMOZ
Collaboratrice Accueil &
Information *arrivée 01.12*

JANAÏNE AYMON
Graphiste *congé maternité dès
octobre*

CAMILLE HUE
Graphiste *arrivée 01.09*

TANIA CRAMPE
Apprentie

PROMOTION PORTE DES ALPES

SYLVIE BERGER
Digital & Content Manager
départ 31.08

ÉMILIE FREI
Press & Product Manager
départ 31.03

MÉLANIE PORRET
Campaign & Sales Manager

ROMAIN CHEVALLEY
Press & Product Manager

ISCIANE GRENIER
Stagiaire *départ 30.06*

LEONA KOVACEVIC
Stagiaire *arrivée 01.07*

YASMINE MARGELISCH
Apprentie *départ 23.09*

GAËLLE CHERIX
Apprentie *arrivée 15.08*

Rapport de Bex

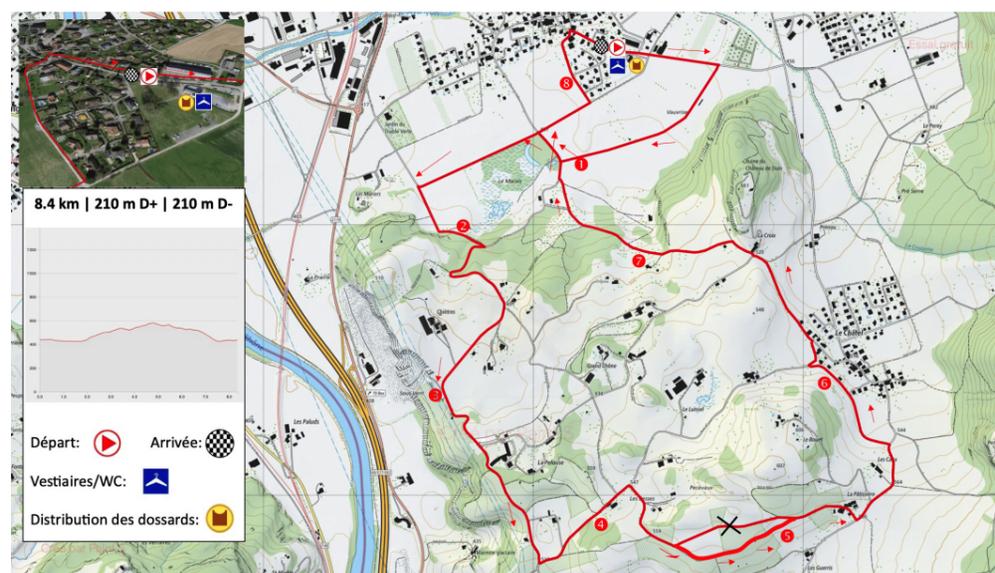
Nichée au creux de la plaine, au pied des montagnes, Bex reste animée toute l'année et rythmée par des projets culturels et sportifs variés.

Le projet « Panneaux du Patrimoine » va de l'avant : une deuxième série de 5 panneaux a été posée, pour un total provisoire de 15 panneaux. Ceux-ci ont rencontré un franc succès, autant auprès des villageois que des touristes de passage.

Ce projet est entièrement financé par la Commune de Bex, que nous remercions chaleureusement.

En parallèle, dans l'attente de la fin des travaux à l'extérieur de la Gare de Bex – grâce à la précieuse collaboration de Mr. Willy Jacquerod – une petite exposition permanente a été mise en place dans le hall. Celle-ci raconte en textes et en images l'histoire des transports publics à Bex, ainsi que l'évolution du tourisme sur le territoire de la Commune.

Cette année, Bex a également eu le plaisir d'accueillir une étape de la course pédestre du Tour du Chablais. Le parcours dessiné par Jovian Hediger et le Ski-Club Bex a offert aux participants un spectacle unique, traversant la colline entre Chiètres et le Châtel après avoir passé le long du Marais.



Rapport des Diablerets

Aux Diablerets, 2024 a été une bonne saison d'hiver jusqu'à mi-mars, et la saison d'été dans la moyenne des années précédentes.

La station a notamment été marquée par une réorganisation en profondeur de l'équipe de l'Office du Tourisme, qui a activement contribué au bon déroulement des événements traditionnels du village.

Toute l'année, la vallée a offert de nombreuses animations musicales, avec des concerts qui ont exploré de nombreux genres musicaux. Les week-ends de janvier et février auront été marqués par le festival Musique & Neige, reconnu pour ses musiques de chambre et ses musiciens qui se produisent habituellement au temple de Vers-l'Église. Pour fêter la fin de la saison d'hiver, un groupe rock s'est notamment produit. Le Chœur Mixte l'Avenir a également organisé sa fête annuelle, tandis que la 32^e édition du stage Musique & Montagne s'est déroulée durant l'été, mêlant montagne et musique classique pour 70 personnes du chœur. D'autres concerts ont animé les différents événements tout au long de l'année.

L'aspect culturel a lui aussi été mis en avant avec – entre autres – les parcours de sculptures Ailoys, le jardin alpin des Tussilages et ses activités, ainsi que l'ouverture d'une nouvelle exposition au Musée des Ormonts : AVAlanche. Celle-ci retrace les nombreuses avalanches qui ont marqué et modelé la vallée des Ormonts, en explorant une large gamme d'aspects de ces phénomènes typiques de nos montagnes en hiver ; des formes des flocons aux récits de survivants, en passant par les mécanismes de la neige.

Le sport a aussi, comme à l'accoutumée, été un volet important de l'activité de la station : la célèbre piste olympique a accueilli plusieurs courses de ski, d'importance parfois internationale, durant l'hiver ; et, en été, une étape du Tour du Chablais a traversé la vallée. Ces manifestations ont été jalonnées par d'autres événements de grande ampleur, comme l'historique Diablerets 3D & Trail Blanc – ou plus petits mais tout aussi typiques, comme la fête des Abbayes et la première édition du Cyclocross des Diablerets.

Le village vit aussi au rythme de ses rendez-vous annuels. Parmi ceux-ci, on peut citer la traditionnelle fête du village, Diables en Fête ; le très attendu Festival International du Film Alpin des Diablerets (FIFAD) ; la conférence Moving Mountain ; la célèbre Fluo Flash Fun ou encore, tous les deux ans, le Salon des alpages.



Rapport de Gryon

Il fait bon vivre à Gryon ; la station est animée, les infrastructures sont toujours bien appréciées et toute l'équipe du tourisme fait toujours preuve de créativité pour trouver de nouvelles idées.

Côté animations, il y en a, comme chaque année, pour tous les goûts ; avec une manifestation principale par saison et de nombreuses activités tout au long de l'année, organisées tant par la Maison du Tourisme et ses partenaires que par les sociétés locales. La tendance actuelle est de favoriser des thèmes d'animations pour que les résidents, les habitants et hôtes de Gryon passent un moment convivial.

Nous travaillons beaucoup sur la thématique musicale avec, entre autres, les 2 Gryon Tribute Fest, à la fin de la saison hivernale et en été. En 2024, nous avons eu la chance de pouvoir accueillir des groupes renommés qui ont repris les plus grands tubes de Johnny, Genesis ou encore U2. La musique se mêle avec excellence avec les plaisirs épicuriens, preuve en est de notre fameuse fête de la désalpe, ses cortèges et son concert folklorique ; ou encore la fête des Tâtchis en automne, qui fait résonner le cœur du village authentique de Gryon. Des fêtes de Mi-Eté, dont celle de Taveyenne, sont largement reconnues dans le Pays de Vaud ; tout comme nos marchés artisanaux sur la place Barboleuse, durant les mois de juillet et août, qui lient à merveille artisanat, plaisirs gastronomiques et musique. Les journées dédiées à la musique country et à la musique celtique sont aussi grandement appréciées.

Les concerts classiques de Gryon ont également proposé une saison de 7 concerts, dont les fameux concerts de musique de chambre proposés durant l'été. D'autres moments musicaux ont rythmé le reste de l'année, avec concerts Rock et DJ en après-ski, soirées champêtres, moments musicaux de cor des alpes et de yodel – pour ne citer que les principaux.

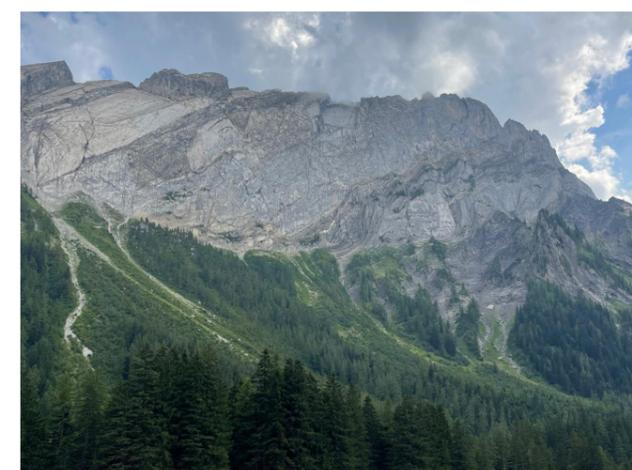
Durant la période de l'Avent et du Nouvel-An, de nombreuses fêtes ont été organisées ; de la visite du Père Noël à la tournée aux saucisses de la Jeunesse, en passant par le grand loto des sociétés locales et la Fête du Nouvel-An de l'APR2.

Côté culture, les Ateliers d'artisanat de Solalex ont accueilli 18 artistes durant les mois de juillet et août ; les lectures publiques au village ont été spécialement dédiées à Ramuz et son célèbre roman Derborence ; les soirées théâtre et films animaliers, ainsi que la fête nationale, sont devenus des rendez-vous culturels désormais incontournables.

En parallèle, toute l'année, des initiations, des découvertes et des balades guidées sur les thématiques de l'herboristerie, la géologie ou la mycologie sont proposées ; complétées par des balades pour sensibiliser le public aux effets de la modification du climat sur la montagne, ou à la découverte de la faune et de la biodiversité.

Les baptêmes en montgolfière ont coloré le ciel de Fricence, tout comme les vols en parapente aux Chaux ; tandis que les passionnés de sport animalier ont pu profiter de nos offres d'équitation et de ski joëring. Pour les amateurs de glisse et de neige, des initiations au ski de randonnée, au ski de fond et skating ont été organisées, en plus des nocturnes ski et luge de Fricence et des randonnées accompagnées en raquette. Enfin, d'autres activités sportives ont été proposées, telles que le yoga ou la nuit du tennis, à laquelle nous collaborons.

Nous remercions chaleureusement nos partenaires et les sociétés locales pour leur précieuse collaboration dans le cadre de l'animation de notre commune, sans oublier l'équipe de la commune de Gryon et nos précieux bénévoles pour leur soutien.



Rapport de Villars

L'année 2024 fût une année chargée en évènements, avec plusieurs grands rendez-vous notamment sportifs. La culture n'a pas été en reste non plus. De nombreuses animations ont également eu lieu, allant du concert à la journée d'Halloween, qui a émerveillé près de 600 enfants.

Tout d'abord, le retour du ski alpinisme de haut niveau avec 3 manches de Coupe du Monde (sprint, relais-mixte et individuel) ayant eu lieu du 2 au 5 février 2024. À travers 18 nations engagées, 298 athlètes ont été répartis sur les 3 disciplines ; sous le soleil et le ciel bleu, qui étaient au rendez-vous. Le nouveau comité technique a répondu présent, ce qui a permis de proposer de beaux parcours qui ont profité à l'équipe de Suisse : en témoignent plusieurs podiums, comme la victoire de Rémi Bonnet en individuel, la 2ème place de Marianne Fattouh en sprint ou encore la 1ère place de Robin Bussard en sprint.

Le week-end du 15 - 16 juin a été celui de la petite reine, avec 2 départs et 4 arrivées du Tour de Suisse masculin et féminin. Le samedi a vu une course en ligne avec départ à Villars, direction les Diablerets-Aigle-Villars, et un 2ème tour pour les hommes ; puis dimanche contre-la-montre depuis le siège de l'UCI à Aigle, jusqu'à la Place du Rendez-Vous. Les femmes sont parties le matin et les hommes dès le début d'après-midi. Villars a été en direct sur plusieurs chaînes de télévision et de nombreux articles de journaux ont parlé de la station comme grande étape de ces 2 tours.

Le 6 juillet dernier, Villars a accueilli sa première manche de Coupe du Monde de Gravel, une nouvelle discipline de cyclisme à mi-chemin entre le vélo de route et le VTT. Pas moins de 570 participants ont participé pour cette journée ensoleillée. Cette épreuve villardoue sera reconduite chaque année puisque, lors de la dernière Assemblée Générale de l'UCI, l'organisation internationale a donné les Championnats du Monde de Gravel en 2029 à Villars à la suite de sa candidature.

2024 a aussi été une grande année pour l'escalade à Villars, car pour la première fois, les 3 disciplines olympiques (vitesse, difficulté, bloc) ont été présentes grâce à l'organisation des Championnats d'Europe. Pour la première fois également, le paraclimbing a été intégré à ces championnats et les sportifs ont époustouflé le public présent de leur capacité à dompter le mur – malgré le dévers négatif et leur handicap physique. Au total, près de 300 athlètes étaient présents sur l'ensemble de la compétition. Les Suisses ont brillé ; notamment avec la médaille d'or de Sacha Lehmann

en difficulté et celle d'argent en combiné, ainsi que celle de bronze du jeune Jonas Utelli en combiné. Entre 7'000 et 8'000 personnes sont venues assister à l'une des compétitions lors de ces 8 jours d'escalade. Les médias télévisuels ont répondu présents avec plusieurs directs lors des demi-finales et finales (Eurosport, RTS, SRF). Quant aux médias écrits nationaux et internationaux, ils ont également publié de nombreux articles sur l'évènement et plus largement sur Villars.

La 6ème édition de la Coupe du Monde d'Improvisation Professionnelle, qui a eu lieu du 27 au 30 décembre au Théâtre 1895 (Villars Palace), a été couronnée de son plus grand succès en termes de vente de billets. En effet, hormis le premier soir où 41 places n'ont pas trouvé preneur, les 3 soirées suivantes ont affiché « complet » avec 400 personnes par soir. Le public a donc répondu présent, avec un total de 1'559 visiteurs. Les 4 équipes (France, Suisse, Belgique et Québec) ont livré de magnifiques matches, qui ont permis à la Suisse de remporter à nouveau le tournoi – pour la deuxième fois consécutive.



Promotion

PORTE DES ALPES

Campagne de l'hiver *2023-2024*

La campagne cherche à combler le manque de visibilité de la diversité du tourisme hivernal et à diminuer la dépendance à la neige des stations d'hiver.

Les objectifs de campagne résident principalement dans les points suivants :

- 1.**
Augmenter la visibilité de la destination et l'engagement auprès de la clientèle
- 2.**
Améliorer la conversion des offres réservables sur le site internet
- 3.**
Augmenter la fréquentation durant les périodes creuses
- 4.**
Proposer un message cohérent et pérenne avec la poursuite du slogan « Demain n'attend pas #faislepourtoi »

Cette campagne souhaite mettre les sens en éveil avec divers éléments de la nature (vent, air, neige, eau,...). Un exemple de message véhiculé est « je vis, je ressens, je suis connecté, etc. ».

Trois thématiques ont été abordées dans le courant de la campagne : la randonnée hivernale (mi-décembre à mi-janvier), le ski de randonnée (fin janvier – fin février) ainsi que les randonnées en raquettes (fin février – fin mars). Trois capsules vidéo, de 20 secondes chacune, ont été réalisées sur ces thématiques. Tous les visuels produits reprenaient un code couleur ainsi que la vague propre à notre charte graphique, afin de garantir une cohérence lors de leur diffusion.

Canaux de communication

1. Ads, Display, Search via Meta & Google

Meta Campagne Ads

CAPSULE RANDONNÉE HIVERNALE
Impressions 627'923 | CTR 2,81% | Clics 17'672 | CPC 0,07 CHF

CAPSULE SKI DE RANDONNÉE
Impressions 662'145 | CTR 2,1% | Clics 13'913 | CPC 0,07 CHF

CAPSULE RAQUETTES À NEIGE
Impressions 301'852 | CTR 2,2% | Clics 8'201 | CPC 0,05 CHF

Google Campagne Ads Display

CAPSULE RANDONNÉE HIVERNALE
Impressions 43'330 | CTR 13,78% | Clics 5'970

CAPSULE SKI DE RANDONNÉE
Impressions 21'314 | CTR 25,19% | Clics 5'367

CAPSULE RAQUETTES À NEIGE
Impressions 301'852 | CTR 2,2% | Clics 8'201 | CPC 0,05 CHF

Campagne Ads Search

Impressions 160'792 | CTR 1,33% | Clics 2'134

Google SEA Gamed

Impressions 94'807 | CTR 53,26% | Clics 50'492 | CPC 0,02 CHF

Canaux de communication

2. Bus & tram (Lausanne, Fribourg, Genève)

Lausanne
Maquette bus



3. Actions médias

Goldbach

PUBLIREPORTAGE – 20MINUTES
Impressions 803'993 | Clics 10'741 | CTA 261 clics

Smart Media Agency

BACKPAGE DU WINTER GUIDE – 24HEURES
Exemplaires 66'000 | Scans 569

Gretz

FERIENTRENDS
Exemplaires (print) 210'000 | Reachs (online) 37'481

REISETRENDS – TAGBLATT DER STADT ZÜRICH
Exemplaires (print) 109'565

REISETRENDS
Reachs (online – FB) 28'422 | Impressions 353

BELVEDERE
Reachs (online – FB) 46'758 | Impressions 714

Canaux de communication

4. Goldbach Neo : Dooh

Diffusions 7'200 fois | Support 8 écrans portrait 10'
Lieu centre commercial, Fribourg

5. POP-Up Challenge : 6 lieux à découvrir

Participants 23

6. Affichage sur écrans du Casino de Montreux

7. Newsletter à la base de données AVSC

BASE DE DONNÉES FIT DE ALPES VAUDOISES SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

FRANÇAIS
Envoi 14'700 personnes | UOR 42,90% | Taux de clic unique 2,60%

ANGLAIS
Envoi 3'819 personnes | UOR 45,81% | Taux de clic unique 2,22%

ALLEMAND
Envoi 1'946 personnes | UOR 42,34% | Taux de clic unique 2,35%

Campagne de l'été 2024

Fais-le pour toi

La campagne a duré de mi-avril à fin octobre, en mettant en avant la diversité des offres dans la destination, et visait à l'allongement de la saison estivale (dans une optique de développement du tourisme 4 saisons).

Quatre vidéos ont été réalisées sur le thème du trail, de la fraîcheur, de la gastronomie et du bien-être, chacune d'une vingtaine de secondes. Dans un but d'optimisation des performances de la campagne, trois des quatre vidéos créées ont finalement été utilisées dans le cadre de cette campagne.

La tagline était identique aux saisons précédentes : « Demain n'attend pas #faislepourtoi ».

Canaux de communication

1. Ads, Display, Search via Meta & Google

THÉMATIQUE	TRAIL	FRAÎCHEUR – HAUTEUR	GASTRONOMIE
PÉRIODE	12 AVRIL > 9 JUIN	17 JUIN > 28 JUILLET	19 AOÛT > 20 OCTOBRE

TRAIL (VAGUE 1)

Couverture 130'666 | Impressions 418'943 | Clics 14'531
CTR moyen 3,47% | Budget 1'088.23 CHF

FRAÎCHEUR – HAUTEUR (VAGUES 2 & 3)

Couverture 79'750 | Impressions 210'260 | Clics 7'467
CTR moyen 3,55% | Budget 538.03 CHF

GASTRONOMIE (VAGUE 4)

Couverture 268'535 | Impressions 1'094'693 | Clics 39'707
CTR moyen 3,63% | Budget 2'341.76 CHF

TOTAL

Couverture 478'951 | Impressions 1'723'896 | Clics 61'705
CTR moyen 3,58% | Budget 3'968.02 CHF

Campagne de l'été 2024

La couverture représente le nombre unique de personnes qui ont vu la publicité au moins une fois, tandis que les impressions désignent le nombre total de fois où la publicité s'est affichée sur les écrans.

Les CTR, représentant le taux de clics, sont très bons. En effet, un bon CTR sur Meta varie généralement entre 0,9% et 1,5%. Dans notre cas, la performance fut constante autour de 3,5% toute l'année. Ce pourcentage montre que les publicités ont été pertinentes pour les publics ciblés, et le message suffisamment convainquant pour générer des clics.

La vague Gastronomie affiche le budget le plus élevé, car nous avons choisi d'augmenter le budget quotidien sur Meta pour maximiser les performances à l'approche des vacances d'automne. Cette décision a été rendue possible en utilisant le budget initialement alloué à la thématique Bien-être.

Le CTR moyen de la campagne globale est de 5,55%, un pourcentage qui indique un bon niveau d'engagement global pour l'ensemble des thématiques.

Les vagues Fraîcheur-Hauteur et Gastronomie affichent un CTR plus élevé que la moyenne globale, ce qui montre que ces thèmes ont particulièrement bien résonné auprès de leur public cible.

Un CTR plus bas concerne la vague Trail, éventuellement lié au caractère plus « niche » de la thématique, qui a moins su capter l'attention du public.

Canaux de communication

1. Google Search

THÉMATIQUE	TRAIL	FRAÎCHEUR – HAUTEUR	GASTRONOMIE
PÉRIODE	19 AVRIL > 19 MAI	20 MAI > 7 JUILLET	26 AOÛT > 15 SEPTEMBRE

TRAIL (VAGUE 1)

Impressions 174'851 | Clics 6'215
CTR moyen 3,55% | Budget 725.01 CHF

FRAÎCHEUR – HAUTEUR (VAGUES 2 & 3)

Impressions 140'681 | Clics 9'339
CTR moyen 6,64% | Budget 748.59 CHF

GASTRONOMIE (VAGUE 4)

Impressions 220'452 | Clics 14'180
CTR moyen 6,43% | Budget 742.53 CHF

Canaux de communication

2. Bus & tram (Lausanne, Fribourg, Genève)

3. Gretz

Pour toucher le public suisse-alsacien, il a été décidé avec Gretz Communication d'effectuer uniquement des actions sur des médias Online pour cette campagne estivale.

FERIENTRENDS (MAI)

Impressions 982 | Clics 13 | Impressions posts FB 161'206

TRAVELNEWS.CH (JUIN)

Visites mensuelles 217'805

REISETRENDS (JUILLET)

Impressions 1'077 | Clics 8 | Impressions posts FB 109'165

BELVEDERE (SEPTEMBRE)

Vues 4'155 | Clics 85 | Participants 969

Newsletter • Envois 16'000 | Ouvertures 5'897 | Clics 184

Posts FB • Impressions 84'855 | Clics 1'249

4. Cinéma Open Air

Spectateurs 4'300

Canaux de communication

5. Strava

CLUB STRAVA ALPES VAUDOISES TRAIL

Membres 394

CLUB STRAVA ALPES VAUDOISES VÉLO

Membres 1'857

6. Raiffeisen – Member Plus

7. Restoroute Yvorne

8. Casino de Montreux

Canaux de communication

9. Newsletter

THÉMATIQUE GASTRONOMIE, FRAÎCHEUR – HAUTEUR

Liste Presse & Trade

Envoi 18.04 | Ouvertures 292 | Pourcentage d'ouverture 21% | Clics 24

THÉMATIQUE HAUTEUR

Liste Presse & Trade

Envoi 13.06 | Ouvertures 262 | Pourcentage d'ouverture 39% | Clics 15

THÉMATIQUE GASTRONOMIE

Liste Presse & Trade

Envoi 13.08 | Ouvertures 220 | Pourcentage d'ouverture 52% | Clics 14

10. Stand sur le Tour de Suisse

Dates 15 & 16 juin



Presse

ACCUEIL DE PRESSE

Le nombre de visites de presse accueillies en 2024 s'élève à 19. Nous avons reçu des journalistes de 7 pays différents. Selon nos marchés cibles, nous avons organisé une majorité de visites de presse suisses (7), suivies de près par la France (4), le Royaume-Uni (3) et le BeNeLux (2). Près de la moitié de ces visites s'organisent en collaboration avec Vaud Promotion et Suisse Tourisme. Nous avons donc pu bénéficier d'un soutien financier conséquent de leur part pour les frais de logement et de repas sur place. Le reste des visites nous est parvenu en direct.

Parmi les visites de médias les plus considérables, nous pouvons relever la venue de la chaîne télévisée Ushuaïa TV en janvier pour un tournage, du Irish Times en février, de divers médias spécialisés dans le Gravel/VTT (Grinta !, FreeRide), de la chaîne télé BBC en octobre, ainsi que de la RTS et du Routard en novembre.

Dans la mesure du possible, les visites de presse se sont déroulées de manière égale sur la destination Villars-Gryon-Les Diablerets et Bex. Les USP's (Mines de Sel, Glacier 3000) ont par ailleurs systématiquement été intégrées aux visites de presse si la thématique et le timing le permettaient.

INFLUENCEURS

Tout au long de l'année 2024, nous avons accueilli des influenceurs et créateurs de contenu. Ces partenariats ont été marqués par une belle collaboration avec les hôteliers de la région. Au total, 13 influenceurs ont participé à des actions de communication sur la région avec des contenus postés sur Instagram principalement.

Newsletter

Listing Trade & Médias

4 newsletters ont été envoyées entre avril et novembre 2024 sur les thématiques suivantes :

« PRESQUE 10 RESTAURANTS AU GAULT & MILLAU À VILLARS – LES DIABLERETS ! POUR UN SÉJOUR TRÈS GOURMAND... »

FR • Ouvertures 182 | Clics 14
EN + DE • Ouvertures 257 | Clics 16

« SAYPE FAIT SON GRAND RETOUR À VILLARS »

FR • Ouvertures 97 | Clics 9
EN + DE • Ouvertures 229 | Clics 6

« DES AVENTURES CULINAIRES ET SPORTIVES À SAVOURER EN DÉBUT D'AUTOMNE À VILLARS – LES DIABLERETS »

FR • Ouvertures 66 | Clics 6
EN + DE • Ouvertures 182 | Clics 8

« DES INFRASTRUCTURES QUI SE RENOUVELLENT À VILLARS – LES DIABLERETS ! »

FR • Ouvertures 65 | Clics 4
EN + DE • Ouvertures 172 | Clics 5

Newsletter

Listing Médias locaux & Suisse Romands

Tout au long de l'année, 11 communiqués de presse ont été envoyés par publipostage ou par envoi groupé (logiciel Brevo).

Bike Park Gryon

Challenge Trail des Alpes Vaudoises

Championnats d'Europe d'Escalade 2024

Corde de l'Argentine – Focus sur le site de « La Corde »

Coupe du Monde d'Impro (6^e édition) à Villars

Dolce Vista

Exposition David Rouge « L'Arctique à travers l'objectif »

Campagne été 2024 « Fais-le pour toi »

Golden Hour

ISMF à Villars

Tourisme d'affaires – MICE

Depuis 2020, le nombre de demandes est en constante progression. Les entreprises accordent une attention croissante aux destinations accessibles en train, en lien avec l'importance grandissante des enjeux RSE.

Cette tendance est particulièrement marquée en France, où nous avons une carte majeure à jouer en nous positionnant comme une destination à la fois proche, durable et responsable. La récente rénovation des hôtels constitue un atout important.

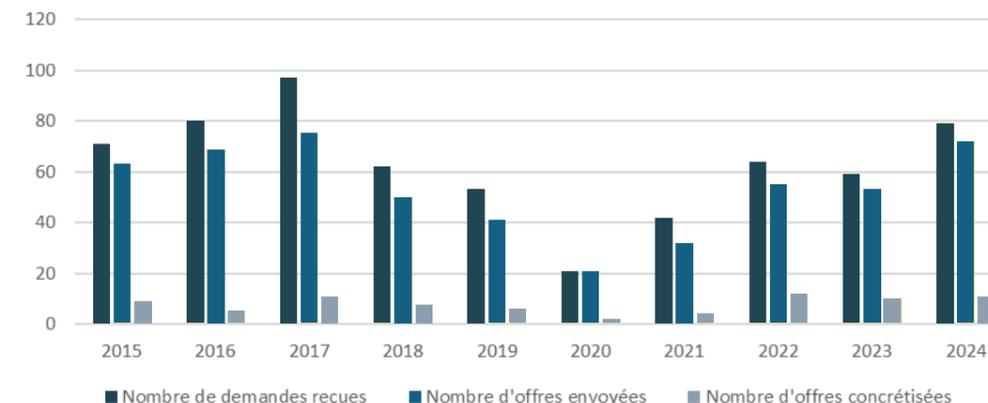
OFFRES SÉMINAIRES

En 2024, le service Promotion a reçu 79 sollicitations. Parmi elles, 18 concernaient exclusivement des demandes d'activités ou de services.

Sept dossiers n'ont pas donné lieu à une offre d'hébergement, soit en raison d'une inadéquation entre la demande et les caractéristiques de la destination (notamment en termes de capacité), soit en raison d'un manque de disponibilité hôtelière.

Sur les 54 offres d'hébergement envoyées, 10 ont abouti à une réservation, soit un taux de concrétisation de 19 %. Ce chiffre reste stable par rapport aux deux années précédentes et demeure supérieur aux taux moyens observés avant la pandémie, qui oscillaient entre 15 % et 16 %. 23 offres ont été refusées et 21 sont restées sans réponse.

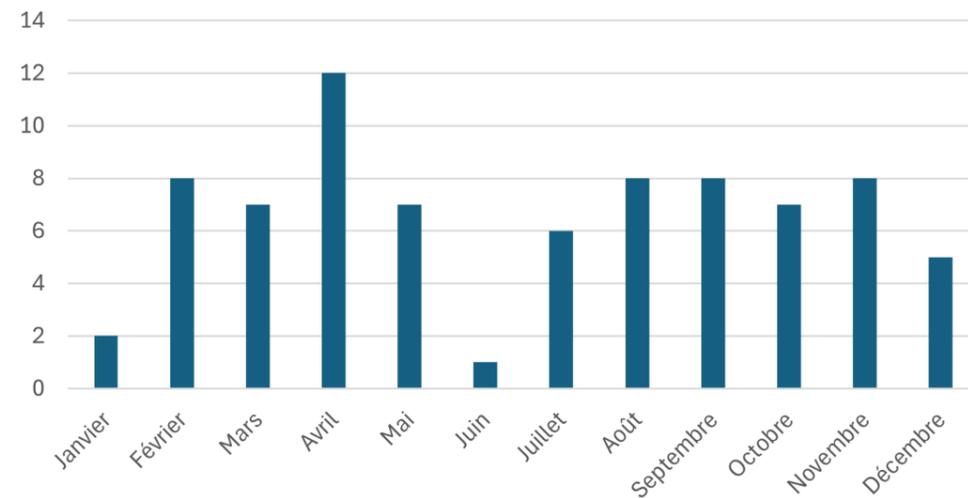
COMPARAISON ANNUELLE 2015 – 2024



Tourisme d'affaires – MICE

En 2024, un pic de demandes a été observé au mois d'avril, avec un total de 12 sollicitations. Le reste de l'année a connu un rythme de demandes relativement régulier, à l'exception des mois de janvier et juin, qui ont enregistré une activité plus faible.

RÉPARTITION DES DEMANDES SUR L'ANNÉE 2024



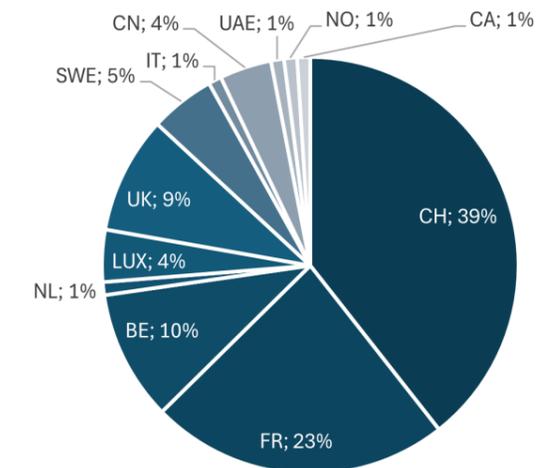
Tourisme d'affaires – MICE

La majorité des demandes proviennent de Suisse (39 %) et de France (23 %), suivies par la Belgique (10 %) et le Royaume-Uni (9 %).

Plus de la moitié des sollicitations (49 %) nous parviennent en direct, c'est-à-dire via le formulaire du site internet, par courriel adressé à AVSC, par l'intermédiaire des Offices du Tourisme de la destination ou directement auprès du service Promotion.

Le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) représente également une source de sollicitations importante, avec 39 % des demandes transmises par son intermédiaire.

PROVENANCE DES DEMANDES 2024



La durée moyenne des séjours demandés est de 2 nuits et la taille moyenne des groupes est de 106 personnes.

Tourisme d'affaires – MICE

ACTIVITÉS DE PROMOTION POUR LA CLIENTÈLE MICE – SALONS B2B

La participation à des événements MICE vise principalement à rencontrer des professionnels du secteur et à renforcer la notoriété de notre destination auprès de clients potentiels. En 2024, plusieurs actions de promotion ciblant la clientèle MICE ont été menées, principalement sur les marchés français et britannique.

FRANCE	ROYAUME-UNI
Roadshow Partance <i>janvier – février</i>	SCIB Switzerland Retreat <i>avril</i>
Salon SBE, Lyon <i>février</i>	MICE Event Vaud <i>octobre</i>
SCIB Webinaire <i>mars</i>	

Famtrips

FR, SCIB EDUCTOUR

Période janvier | Participants 8

FR, EGG EVENTS

Période février | Participants 8

BE, SCIB FAMTRIP

Période mars | Participants 8

UK, SCIB STUDYTRIP VAUD

Période septembre | Participants 6

FR, PARTANCE EDUCTOUR

Période décembre | Participants 8

Tourisme d'affaires – MICE

CAMPAGNES DIGITALES



La campagne incitait les prospects à formuler une demande d'offre via notre site internet. Elle mettait en avant les atouts de la destination, notamment la qualité de l'hébergement, le dépaysement et la diversité des activités proposées.

Diffusée entre septembre et octobre, la campagne reposait sur deux formats de contenu : un carrousel de photos et une vidéo réalisée à partir des images issues du tournage de la vidéo du Switzerland Travel Mart (STM).

CARROUSEL (6 PHOTOS)

Cible Lausanne, Genève, Neuchâtel

Impressions 2'459 | CTR 0,61% | CPC 19.07 CHF | Clics 15
Coût 286.10 CHF

VIDÉO

Cible Lausanne, Genève, Neuchâtel

Impressions 1'809 | CTR 0,44% | CPC 26.70 CHF | Clics 8
Coût 213.59 CHF

TOTAL

Impressions 4'268 | CTR 0,54% | CPC 21.73 CHF | Clics 23
Coût 499.69 CHF

Tourisme d'affaires – MICE

CAMPAGNES DIGITALES



Une campagne a également été menée sur Google Search, en s'appuyant sur une sélection de mots-clés spécifiquement ciblés pour le secteur MICE dans notre région.

AVRIL – MAI

Clics 66 | Impressions 1'006 | CPC moyen 8.42 CHF
Coût 555.68 CHF

AOÛT – NOVEMBRE

Clics 191 | Impressions 1'785 | CPC moyen 4.75 CHF
Coût 906.31 CHF

Tourisme d'affaires – MICE

NEWSLETTER MICE

Listing Médias

5 newsletters spécifiques pour le tourisme d'affaires ont été envoyées en 2024 à notre base de données clientèle MICE.

« DES ACTIVITÉS ORIGINALES EN INTÉRIEUR À VILLARS – LES DIABLERETS ! »

FR • Ouvertures 63 | Clics 5
EN + DE • Ouvertures 105 | Clics 12

« VIVEZ UNE EXPÉRIENCE UNIQUE À VILLARS – FAITES DU VTT ÉLECTRIQUE AVEC VOS COLLÈGUES ! »

FR • Ouvertures 104 | Clics 4
EN + DE • Ouvertures 84 | Clics 3

« DÉCOUVREZ LES DIABLERETS ET SES ACTIVITÉS POUR VOS SORTIES D'ENTREPRISE »

FR • Ouvertures 73 | Clics 3
EN + DE • Ouvertures 53 | Clics 8

« UNE EXPÉRIENCE MAGIQUE À VILLARS – LES DIABLERETS AVEC DES ACTIVITÉS TEAMBUILDING INOUBLIABLES »

FR • Ouvertures 84 | Clics 1
EN + DE • Ouvertures 72 | Clics 11

« UN SÉMINAIRE CHALEUREUX ET AUTHENTIQUE À VILLARS – LES DIABLERETS »

FR • Ouvertures 97 | Clics 1
EN + DE • Ouvertures 80 | Clics 10

Tourisme d'affaires – MICE

Newsletters du SCIB FR

« LES #COUPSDECŒUR DE MÉLANIE PORRET SUR VILLARS – LES DIABLERETS »

Publication mars

« GLACIER3000 RELÈVE LE DÉFI DE RECONSTRUIRE LE RESTAURANT BOTTA ET OFFRE PLUS DE PLACE AU MICE »

Publication décembre

« 10 NOUVELLES SUGGESTIONS D'HÔTELS POUR VOS SÉMINAIRES NEIGE EN SUISSE »

Mentions Victoria Hotel & Residence et Eurotel Victoria

Visibilité dans les newsletters du SCIB BE

« INVITATION STUDY TRIP 22-24.03.2024 »

Publication janvier

« REVITALISING ON A WORK TRIP »

Publication mars

« UNCOVER SALT MINES SECRETS »

Publication mai

« CHEESY BREAKFAST »

Publication septembre

« SNOWSHOE BIATHLON OR ALPINE AXE? »

Publication novembre

« A PHOENIX HAS RISEN FROM THE ASHES »

Publication décembre

Newsletter du SCIB UK

RÉOUVERTURE DU RESTAURANT BOTTA, DURABILITÉ AU VILLARS ALPINE RESORT ET SALLE DE SÉMINAIRE DES MINES DE SEL

Tourisme d'affaires – MICE

PUBLICATIONS SPÉCIFIQUES

Plusieurs lieux événementiels de la destination ont participé au Swiss Location Award, parmi lesquels le Villars Alpine Resort, Glacier 3000 et les Mines de Sel. Le Villars Palace s'est distingué en obtenant la première place dans la catégorie « Hôtel de séminaires », avec une note de 9,3/10.

Actions TRADE & Grand Public

Tours opérateurs & voyagistes

Les événements Trade sont l'occasion de rencontrer des professionnels tels que des tours opérateurs et voyagistes, de leur présenter la destination et les mettre en relation avec les partenaires locaux. L'année 2024 a débuté en force avec l'accueil du **Switzerland Travel Mart – Winter Edition**, organisé à Villars du 14 au 18 janvier. Un événement d'envergure internationale qui a permis de positionner notre destination auprès de professionnels du monde entier.

SWITZERLAND TRAVEL MART (STM), WINTER EDITION

En 2024, la destination a eu la chance d'accueillir le STM Winter Edition à Villars. Ce salon du Tourisme Suisse a été organisé par Suisse Tourisme, en collaboration avec le service Promotion.

Sur une période de quatre jours, l'événement a rassemblé des invités venant de 37 nations différentes, comptant 118 acheteurs et 122 fournisseurs suisses. Au total, 300 participants (voyagistes, guides, prestataires et autres invités) étaient présents.

Actions TRADE & Grand Public

FAMTRIPS LOISIR

ASIE

Asia Trophy
avril

AUSTRALIE

Leading Hotel of the World
avril

FRANCE

Tomorrow Travel
International
octobre

INDE

Pre-Tour STM Autumn
juillet

ST India Winter FAM Trip
novembre

ROYAUME-UNI

Ski Independance
juin

ST Swiss Excellence
Programme
septembre

RUSSIE

Via Travel
mars

Incotrade
janvier

Site internet Alpes Vaudoises

MISE À JOUR DU CONTENU

Pour rappel, le site internet Villars-Diablerets avait été arrêté au 4 juillet 2022 à la faveur du site Alpes Vaudoises. Ce nouveau site, commun à l'ensemble des destinations des Alpes Vaudoises, a toutefois été entièrement revu en fin d'année 2024 afin de mieux correspondre aux attentes de la clientèle et des partenaires locaux. Les principales critiques vis-à-vis de la première version du nouveau site concernaient son architecture de contenu, pensé par thématique et non pas par destination, rendant la navigation difficile pour l'utilisateur.

Ainsi, avec la version 2.0 du site Alpes Vaudoises, sortie en novembre 2024, l'expérience client est au cœur du concept. Avec la nouvelle promesse de marque « Infiniment Plus », le site internet regroupe les catégories entre elles sous différentes appellations : « Infiniment aventure », « Infiniment ski », « Infiniment hivernal », etc.

En fonction du lieu de séjour, il est également plus aisé d'obtenir les informations concernant la destination concernée. La navigation par centres d'intérêts a également été améliorée.

Un focus particulier a été mis sur l'amélioration du référencement naturel du site (via les moteurs de recherche). Ceci est possible grâce à la création de contenu (texte, structure des pages...) qui répondent aux critères actuels pour apparaître parmi les premiers résultats des moteurs de recherches en fonction des requêtes principales des internautes.

Avant le lancement du site internet, un important travail de regroupement a été effectué. Les pages ont été organisées par thématiques pour chaque destination, afin de structurer l'information de manière claire et cohérente dans des groupes créés, pour certains, *ex nihilo*.

Site internet Alpes Vaudoises

Parallèlement, une mise à jour des objets a été réalisée, incluant :

1. La mise à jour des informations pratiques
2. L'actualisation des médias
3. L'ajout d'attributs spécifiques
4. L'intégration de pages liées

Ce travail a été mené en collaboration avec les différents Offices du Tourisme, qui ont contribué activement à ces améliorations.

Site internet Alpes Vaudoises

ACTIVITÉS RÉSERVABLES EN LIGNE

Une augmentation croissante du nombre de réservations d'activités a été constatée en 2024 par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, une plus grande diversité d'activités a été proposée. De plus, avec le lancement du nouveau site internet Alpes Vaudoises en novembre 2024, il a été décidé que les prestataires bénéficiant d'une plateforme de réservation sur leur propre site internet pouvaient obtenir une page d'activité avec un lien de redirection sur leur site internet pour la réservation.

Pour la saison d'hiver 23/24, il a été décidé en commun avec AVSC de mettre l'accent sur la mise en ligne de produits ayant un rapport avec la campagne de chaque axe. De notre côté, nous avons mis en ligne 3 produits s'imbriquant dans la campagne « Demain n'attend pas #faislepourtoi » :

1. Rando Center
2. Montée en ski de randonnée accompagné par l'ESS Villars et repas dans un restaurant d'altitude
3. Location de raquettes et repas à Solalex

Site internet Alpes Vaudoises

Pour ce qui est de l'été 2024, de nouvelles activités ont été créées, en plus du renouvellement de certains produits déjà existants par le passé. Quelques exemples ci-dessous :

- Petit-déjeuner au Col de la Croix
- Cani-rando avec Alpes'Huskies
- Initiation à l'art traditionnel suisse du découpage papier
- Fondue et Chasselas au Refuge de Solalex
- Le Grand Tour – Jeu de pistes des Frères Brigands
- Soirées Golden Hour et grillades à la Maison de Montagne de Bretaye

STATISTIQUES DE RÉSERVATIONS EN LIGNE

Au total, 417 réservations d'activités ont été effectuées sur le site internet Alpes Vaudoises, pour un chiffre d'affaires total de 23'696 CHF. Alors que le nombre de réservations a pris l'ascenseur, notamment grâce à l'activité « Week-end spécial découverte des nouveaux trains de l'ASD + activités », qui a rencontré un fort succès avec près d'une centaine de réservations, le chiffre d'affaires est relativement stable par rapport à l'année précédente. Le mois d'août est celui qui a engendré les meilleurs chiffres avec 4'827 CHF et 123 réservations effectuées.

Pour ce qui est des réservations d'hébergements sur la plateforme de réservation Tomas, 402 réservations ont été effectuées pour un chiffre d'affaires de 113'652 CHF.

Réseaux sociaux



Résultats des comptes des différentes stations sur les réseaux sociaux, gérés par les Offices du Tourisme

TOTAL ABONNÉS

Villars 26,5K | Gryon 3,6K | Les Diablerets 25,7K | Bex 1,1K

ÉVOLUTION ABONNÉS

Villars +181 | Gryon +67 | Les Diablerets +956 | Bex +45

TOTAL PUBLICATIONS

Villars 84 | Gryon 147 | Les Diablerets 199 | Bex 53

REACH – PORTÉE

Villars 3M (moyenne 5,9K) | Gryon 20,6K | Les Diablerets 1,3M | Bex 29,8K

IMPRESSIONS

Villars 4,5M | Gryon 141,8K | Les Diablerets 280K | Bex 31,7K

MOYENNE ENGAGEMENT

Villars 1,56% | Gryon 1,42% | Les Diablerets 1,71% | Bex 1,73%

TOTAL RÉACTIONS

Villars 7,3K | Gryon 6,8K | Les Diablerets 22,3K | Bex 637

Réseaux sociaux



Résultats des comptes des différentes stations sur les réseaux sociaux, gérés par les Offices du Tourisme

TOTAL ABONNÉS

Villars 24,8K | Gryon 3,4K | Les Diablerets 18,4K | Bex 1,2K

ÉVOLUTION ABONNÉS

Villars +2,9K | Gryon +401 | Les Diablerets +1,4K | Bex +23

TOTAL PUBLICATIONS

Villars 89 | Gryon 583 | Les Diablerets 58 | Bex 40

REACH – PORTÉE

Villars 907,1K | Gryon 12,6K | Les Diablerets 47,5K | Bex 16,1K

IMPRESSIONS

Villars 3,9M | Gryon 24,7K | Les Diablerets 570,5K | Bex 22,8K

TOTAL ENGAGEMENT

Villars 28,8K | Gryon 6,6K | Les Diablerets 3,4K | Bex 602

TOTAL STORIES POSTÉES

Villars 1,7K | Gryon 951 | Les Diablerets 1K | Bex 2

IMPRESSIONS STORIES

Villars 2,1M | Gryon 5,7K | Les Diablerets 22,3K | Bex 779

STORIES REACH

Villars 1,2K | Gryon 700 | Les Diablerets 18,9K | Bex 379

Réseaux sociaux



Résultats du compte commun aux stations, géré par PDA

TOTAL ABONNÉS

Villars-Diablerets 2'257

ÉVOLUTION ABONNÉS

Villars-Diablerets +363

TOTAL PUBLICATIONS

Villars-Diablerets 54

IMPRESSIONS

Villars-Diablerets 77,5K

Réseaux sociaux



Résultats du compte commun aux stations, géré par PDA

TOTAL ABONNÉS

Villars-Diablerets 1'385

ÉVOLUTION ABONNÉS

Villars-Diablerets +431

TOTAL PUBLICATIONS

Villars-Diablerets 29 vidéos

Lexique

AVSC

Alpes Vaudoises Société Coopérative

B2B

Business to Business

BENELUX

Acronyme formé par les initiales des noms des trois pays dans leur langue d'origine : Belgique, Netherlands et Luxembourg. Manière générique de les désigner

BREVO

Logiciel spécialisé dans l'envoi de mails groupés et la gestion de relations clients (CRM)

CAMPAGNE ADS

Campagne publicitaire, où « Ads » est l'abréviation de « advertisements » en anglais

CLICS

Nombre de clics sur les publicités

CPC

Coût par clic : le prix payé à chaque fois qu'un utilisateur clique sur la pub

CTR

Taux de clics : pourcentage de personnes ayant visionné la pub puis cliqué dessus

COUVERTURE / REACH

Nombre de personnes uniques ayant visionné une publicité

DISPLAY

Format de publicité visuelle diffusée sur sites web, applications ou vidéos

ESS

École Suisse de Ski

FAMTRIPS

Voyages de familiarisation pour tours opérateurs et agences de voyage

FB

Abréviation de « Facebook »

FIT

Free Independent Traveler : utilisé pour définir le voyageur autonome

FR, EN, DE

Abréviations de Français, Anglais et Allemand (Français, English, Deutsch)

IMPRESSIONS

Nombre d'affichages des publicités

ISMF

Fédération Internationale de Ski Alpinisme

KPI

Indicateurs-clé de performance

META

Maison-mère de Facebook, qui regroupe également les plateformes telles que Instagram, Whatsapp, Messenger, etc.

MICE

Meeting, Incentives, Conferences/Convention, Events/Exhibitions représentant le tourisme d'affaires

RSE

Responsabilité Sociétale des Entreprises

SEA

Publicité sur les moteurs de recherche pour apparaître en premier résultat

SCIB

Suisse Convention & Incentive Bureau

TAUX D'OUVERTURE

Pourcentage de personnes ayant ouvert l'email

TRADE

Désigne l'ensemble des professionnels du tourisme qui interviennent dans la vente, la promotion ou l'organisation de prestations touristiques, généralement en B2B (Business to Business). Regroupe notamment les agences de voyages, tours opérateurs, réceptifs, hôteliers, transporteurs et organisateurs d'événements collaborant entre eux pour concevoir, distribuer et commercialiser des offres touristiques

UOR

Taux d'ouverture unique

Résultats financiers

RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION



RAPPORT

de l'Organe de révision sur le contrôle restreint
à l'Assemblée générale des Membres
de l'ASSOCIATION TOURISTIQUE « PORTE DES ALPES »

En notre qualité d'Organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de l'ASSOCIATION TOURISTIQUE « PORTE DES ALPES » pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2024.

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

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

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

Lausanne, le 2 juin 2025
LBO/JBR/apo

ORFA Audit SA


Laurent BORGEAUD
 Expert-réviseur agréé ASR
 Réviseur responsable


Jérôme BRIAND
 Expert-réviseur agréé ASR

Annexes : - comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe)

Résultats financiers

BILAN ACTIF

Association Touristique Porte des Alpes
Page 1



BILAN

Au 31 décembre 2024

2024
(en CHF)

2023
(en CHF)

ACTIF

ACTIFS CIRCULANTS

<i>Trésorerie</i>	343'013	454'106
Caisses	6'025	2'952
PostFinance	52'503	31'027
Banques	284'484	420'127
<i>Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services</i>	297'400	178'133
Envers des tiers	304'424	187'508
Du croire	(7'024)	(9'375)
<i>Autres créances à court terme</i>	545	358
<i>Stocks et prestations de services non facturées</i>	7'832	12'612
Stocks	7'832	12'612
<i>Actifs de régularisation</i>	55'945	112'596
TOTAL DES ACTIFS CIRCULANTS	704'735	757'805

ACTIFS IMMOBILISES

<i>Immobilisations financières</i>	5'000	5'000
Titres	5'000	5'000
<i>Immobilisations corporelles</i>	5'864	8'137
Mobilier & installations	900	570
Informatique	4'964	7'567
TOTAL DES ACTIFS IMMOBILISES	10'864	13'137

TOTAL DE L'ACTIF

715'599	770'942
----------------	----------------

Résultats financiers

BILAN PASSIF

Association Touristique Porte des Alpes
Page 2



BILAN	2024	2023
Au 31 décembre 2024	(en CHF)	(en CHF)
PASSIF		
CAPITAUX ETRANGERS A COURT TERME		
<i>Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services</i>		
Envers des tiers	257'700	377'273
<i>Créancier AFC</i>	1'255	24'685
<i>Autres dettes à court terme</i>	174'553	179'064
<i>Passifs de régularisation</i>	106'672	42'402
TOTAL DES ACTIFS CIRCULANTS	540'180	623'424
CAPITAUX ETRANGERS A LONG TERME		
<i>Provisions à long terme</i>	21'500	32'500
TOTAL DES CAPITAUX ETRANGERS A LONG TERME	21'500	32'500
CAPITAUX PROPRES		
Capital propre au 1er janvier	115'018	107'062
Bénéfice de l'exercice	38'901	7'956
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES	153'919	115'018
TOTAL DU PASSIF	715'599	770'942

Résultats financiers

PROFITS ET PERTES 2024

Association Touristique Porte des Alpes
Page 3



COMPTE DE PROFITS ET PERTES

Exercice allant du 1er janvier au 31 décembre	Notes	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
CHIFFRE D'AFFAIRES		2'490'434	2'488'217
Taxes de séjour	1	951'545	941'010
Cotisations membres		494'528	499'405
Produits d'immeuble		-	600
Programmes et brochures		21'156	16'101
Centrale de réservation		-	116
Pass et forfaits		8'218	4'718
Merchandising		8'251	11'671
Animations et events	2	266'405	160'320
Produits divers		325'526	394'248
Refacturations diverses	3	426'998	461'770
Pertes sur débiteurs		(12'193)	(1'742)
CHARGES DIRECTES		(663'815)	(678'058)
Cotisations sociétés touristiques		(5'560)	(5'705)
Programmes et brochures		(12'284)	(14'471)
Pass et forfaits		(7'843)	(4'165)
Merchandising		(3'307)	(12'168)
Charges animations et events	4	(549'649)	(479'482)
Informations et communications		(85'172)	(162'067)
MARGE BRUTE D'EXPLOITATION		1'826'619	1'810'159
CHARGES D'EXPLOITATION		(1'785'744)	(1'864'349)
Frais de personnel		(1'573'694)	(1'621'356)
Frais de locaux		(91'472)	(91'518)
Frais d'entretien et réparations		(26'486)	(48'656)
Frais de véhicules		(1'024)	(105)
Assurances choses, droits et taxes		(12'199)	(14'318)
Charges d'administration et d'informatique	5	(80'868)	(88'396)
RESULTAT D'EXPLOITATION (EBITDA)		40'875	(54'190)
DOTATIONS AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS		5'764	76'000
Amortissements		(5'236)	(6'100)
Dotations / dissolutions provisions		11'000	82'100
RESULTAT D'EXPLOITATION (EBIT)		46'639	21'810
RESULTAT FINANCIER		(7'738)	(4'164)
Intérêts et frais bancaires		(7'738)	(4'164)
RESULTAT EXCEPTIONNEL ET HORS EXPLOITATION		-	(9'690)
Produits et charges extraordinaires	6	-	(9'690)
RESULTAT DE L'EXERCICE		38'901	7'956

Résultats financiers

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS

Association Touristique Porte des Alpes
Page 4



ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS

Exercice arrêté au 31 décembre

2024	2023
(en CHF)	(en CHF)

1. Informations sur les principes utilisés dans les comptes annuels

Les principes utilisées sont conformes à la loi. Aucun choix n'a été opéré, ni aucune décision discrétionnaire prise, qui pourrait avoir un effet significatif sur l'établissement des présents comptes annuels. Par ailleurs, aucune particularité nécessitant une présentation séparée n'est à signaler dans le bilan.

2. Informations et commentaires concernant certains postes du bilan et du compte de résultat

Répartition du résultat de l'exercice :

Général	(1'207)	(869)
Villars	1'895	(3'325)
Les Diablerets	(265)	3'204
Gryon	323	915
Bex	22'118	11'821
Promotion	16'038	(3'790)
Total	38'901	7'956

3. Nombre de collaborateurs

Fourchette des emplois à plein temps en moyenne annuelle

Jusqu'à 10 emplois à plein temps		
> 10 jusqu'à 50 emplois à plein temps	X	X
> 50 jusqu'à 250 emplois à plein temps		
> 250 emplois à plein temps		

Résultats financiers

DÉTAIL PARTIEL DU COMPTE DE PROFITS ET PERTES

Association Touristique Porte des Alpes
Page 5



DETAIL PARTIEL DU COMPTE DE PROFITS ET PERTES

Exercice allant du 1er janvier au 31 décembre

2024	2023
(en CHF)	(en CHF)

1. Taxes de séjour	951'545	941'010
Taxes de séjour Villars	-	-
Taxes de séjour Les Diablerets	549'000	559'000
Taxes de séjour Gryon	316'960	296'000
Taxes de séjour Bex	85'585	86'010
2. Animations et events	266'405	160'320
Produits animations été	55'218	41'110
Produits animations hiver	12'344	35'372
Produits promotion	198'842	83'839
3. Refacturations diverses	426'998	461'770
Refacturation autres salaires	426'998	461'770
4. Charges animations et events	(549'649)	(479'482)
Charges animations été	(81'825)	(64'782)
Charges animations hiver	(71'760)	(61'339)
Charges events été	(2'361)	(5'650)
Charges events hiver	-	(556)
Charges promotion	(393'702)	(347'155)
5. Charges d'administration et d'informatique	(80'868)	(88'396)
Ports et communications	(17'486)	(25'607)
Frais généraux divers et administratifs	(33'756)	(32'900)
TVA non récupérable	(29'626)	(29'890)
6. Produits et charges extraordinaires	-	(9'690)
Produits exceptionnels	-	3'845
Charges exceptionnelles	-	(13'535)

Résultats financiers

BILAN PAR CELLULES OPÉRATIONNELLES – GÉNÉRAL/VILLARS

BILAN Au 31 décembre	Général		Villars	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
ACTIFS				
ACTIFS CIRCULANTS				
Caisse			815.00	815.00
Postfinance			27 520.82	19 456.03
Banques	15 878.69	20 880.57	104 446.20	249 442.83
Titres	5 000.00	5 000.00		
Débiteurs	14 893.23	6 489.60	169 514.28	46 550.39
- Provisions perte s/débiteurs			(163.50)	(2 245.00)
Autres créances à court terme			545.16	338.26
Comptes courants cellules	131 422.49	144 857.88	(62 368.96)	(97 604.42)
Stock merchandising			-	-
Actifs transitoires	4 546.20	7 771.22	-	2 320.00
ACTIFS IMMOBILISES				
Mobilier et installations				
Informatique			2 427.39	5 826.72
TOTAL DES ACTIFS	171 740.61	184 999.27	242 736.39	224 899.81
PASSIFS				
CAPITAUX ETRANGERS A COURT TERME				
Créanciers	151 498.23	139 826.15	139 115.60	135 712.21
Autres dettes à court terme			98 082.96	85 562.72
Passifs transitoires	6 406.60	6 700.00	17.70	-
Provision			-	-
Créancier TVA	1 254.83	24 685.00		
CAPITAUX PROPRES				
Capitaux propres	13 788.12	14 657.20	3 624.88	6 950.13
Résultat de l'exercice	(1 207.17)	(869.08)	1 895.25	(3 325.25)
TOTAL DES PASSIFS	171 740.61	184 999.27	242 736.39	224 899.81

Résultats financiers

BILAN PAR CELLULES OPÉRATIONNELLES – DIABLERETS/GRYON

BILAN Au 31 décembre	Les Diablerets		Gryon	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
ACTIFS				
ACTIFS CIRCULANTS				
Caisse	4 163.80	1 002.50		
Postfinance	24 982.42	11 570.75		
Banques	14 322.42	9 474.59	102 489.96	110 225.13
Titres				
Débiteurs	36 843.76	22 745.35		
- Provisions perte s/débiteurs	(1 700.00)	(960.00)		
Autres créances à court terme	-	19.65		
Comptes courants cellules	(5 627.36)	(562.46)	(5 972.02)	(2 317.30)
Stock merchandising	7 831.93	12 611.63		
Actifs transitoires	15 299.95	28 530.31	1 650.00	150.00
ACTIFS IMMOBILISES				
Mobilier et installations	545.02			
Informatique	2 201.68	-		
TOTAL DES ACTIFS	98 863.62	84 432.32	98 167.94	108 057.83
PASSIFS				
CAPITAUX ETRANGERS A COURT TERME				
Créanciers	50 360.04	28 754.05		
Autres dettes à court terme	14 191.05	20 765.50	61 520.05	70 428.67
Passifs transitoires	3 515.11	3 849.89	14 585.60	4 890.00
Provision			21 500.00	32 500.00
Créancier TVA				
CAPITAUX PROPRES				
Capitaux propres	31 062.88	27 858.51	239.16	(675.87)
Résultat de l'exercice	(265.46)	3 204.37	323.13	915.03
TOTAL DES PASSIFS	98 863.62	84 432.32	98 167.94	108 057.83

Résultats financiers

BILAN PAR CELLULES OPÉRATIONNELLES – BEX/PROMOTION

BILAN Au 31 décembre	Bex		Promotion	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
ACTIFS				
ACTIFS CIRCULANTS				
Caisse	1 046.05	1 134.35		
Postfinance				
Banques	26 797.59	14 833.31	20 549.55	15 270.83
Titres				
Débiteurs	66 789.36	8 646.41	185 459.71	184 326.35
- Provisions perte s/débiteurs	(130.00)	(430.00)	(5 030.00)	(5 740.00)
Autres créances à court terme				
Comptes courants cellules	(987.92)	48 294.25	(56 466.23)	(92 667.95)
Stock merchandising				
Actifs transitoires	34 379.11	28 190.70	70.00	45 633.60
ACTIFS IMMOBILISÉS				
Mobilier et installations			355.20	570.15
Informatique	-	101.70	335.00	1 638.89
TOTAL DES ACTIFS	127 894.19	100 770.72	145 273.23	149 031.87
PASSIFS				
CAPITAUX ÉTRANGERS À COURT TERME				
Créanciers	38 351.33	28 591.40	47 451.59	125 638.64
Autres dettes à court terme	759.00	560.00	-	1 747.15
Passifs transitoires	11.90	4 965.01	82 135.30	21 997.40
Provision			-	-
Créancier TVA				
CAPITAUX PROPRES				
Capitaux propres	66 654.31	54 833.54	(351.32)	3 438.33
Résultat de l'exercice	22 117.65	11 820.77	16 037.66	(3 789.65)
TOTAL DES PASSIFS	127 894.19	100 770.72	145 273.23	149 031.87

Résultats financiers

PROFITS ET PERTES 2024 PAR CELLULES – GÉNÉRAL/VILLARS

COMPTE DE PROFITS ET PERTES Exercice allant du 1er janvier au 31 décembre	Général		Villars	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
Taxes de séjour et subsides communaux Villars			-	-
Taxes de séjour et subsides communaux Les Diablerets				
Taxes de séjour et subsides communaux Gryon				
Taxes de séjour et subsides communaux Bex				
Cotisations membres			77 320.80	76 210.80
Produits d'immeuble			-	600.00
Programmes et brochures			-	500.00
Centrale de réservation	-	116.33		
Pass et forfaits				
Merchandising				
Produits animation été				
Produits animation hiver			-	17 601.44
Produits promotion				
Produits divers	-	13 301.13	268 498.35	327 217.04
Refacturation autres salaires			-	17 463.50
Participation frais communs Porte des Alpes	285 000.00	285 000.00		
Refacturation Porte des Alpes				
TOTAL DES PRODUITS	285 000.00	298 417.46	345 819.15	439 592.78
Cotisations sociétés touristiques	(5 190.00)	(5 335.02)	(161 345.00)	(161 345.00)
Participation frais communs Porte des Alpes			(165 300.00)	(165 300.00)
Programmes et brochures				
Pass et forfaits				
Merchandising				
Charges animations été / Soutien animations locales			-	(711.35)
Charges animation hiver			-	(11 823.78)
Charges events été / Projets réalisés				
Charges events hiver			-	(556.30)
Charges promotion				
Information et communication	(129 904.73)	(119 901.24)	(988.10)	(43 780.99)
Salaires et frais personnel	(123 210.30)	(126 304.81)	-	(31 791.40)
Salaires refacturés avec charges sociales	-	(18 444.90)		
Frais locaux	(3 702.67)	(4 954.13)		
Entretien machines et ordinateurs	(2 862.50)	(2 019.30)	-	(17 518.50)
Charges de véhicule et transports			-	(10.05)
Assurances	(4 923.20)	(235.00)	-	(6 850.90)
Ports et communications	(725.46)	(751.40)	-	(9 653.64)
Frais généraux divers et administration	(7 316.32)	(10 679.94)	-	(118.85)
TVA non-récupérable	(7 580.89)	(7 456.86)	(202.60)	(2 086.79)
Intérêts et frais bancaires	(791.10)	(537.55)	(466.25)	(726.14)
Pertes sur débiteurs	-	(2 666.39)	(12 222.62)	755.00
Amortissements			(3 399.33)	(3 399.34)
Produits extraordinaires				
Charges extraordinaires				
Attribution/Dissolution Provisions	-	-	-	12 000.00
TOTAL DES CHARGES	(286 207.17)	(299 286.54)	(343 923.90)	(442 918.03)
RESULTAT DE L'EXERCICE	(1 207.17)	(869.08)	1 895.25	(3 325.25)

Résultats financiers

PROFITS ET PERTES 2024 PAR CELLULES – DIABLERETS/GRYON

COMPTE DE PROFITS ET PERTES Exercice allant du 1er janvier au 31 décembre	Les Diablerets		Gryon	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
Taxes de séjour et subsides communaux Villars				
Taxes de séjour et subsides communaux Les Diablerets	549 000.00	559 000.00		
Taxes de séjour et subsides communaux Gryon			316 960.00	296 000.00
Taxes de séjour et subsides communaux Bex				
Cotisations membres	53 127.00	56 706.20	18 915.00	21 222.00
Produits d'immeuble				
Programmes et brochures	21 156.47	15 601.49		
Centrale de réservation				
Pass et forfaits	2 944.55	-	4 722.48	4 712.15
Merchandising	5 646.06	8 941.16		
Produits animation été	14 563.72	7 173.13	40 654.57	33 936.53
Produits animation hiver	12 344.45	17 770.23		
Produits promotion				
Produits divers	12 534.91	8 742.00	602.22	671.30
Refacturation autres salaires				
Participation frais communs Porte des Alpes				
Refacturation Porte des Alpes	3 600.00	3 600.00		
TOTAL DES PRODUITS	674 917.16	677 534.21	381 854.27	356 541.98
Cotisations sociétés touristiques	(115 000.00)	(115 000.00)		
Participation frais communs Porte des Alpes	(59 850.00)	(59 850.00)	(42 750.00)	(42 750.00)
Programmes et brochures	(11 691.13)	(13 294.84)		
Pass et forfaits	(4 642.52)	-	(3 200.00)	(3 700.00)
Merchandising	(2 233.28)	(7 839.11)		
Charges animations été / Soutien animations locales	(30 805.19)	(14 391.26)	(50 020.15)	(49 929.30)
Charges animation hiver	(22 695.44)	(21 346.20)	(49 065.00)	(28 169.50)
Charges events été / Projets réalisés				
Charges events hiver				
Charges promotion				
Information et communication	(17 001.79)	(44 217.51)	(5 096.60)	(7 079.95)
Salaires et frais personnel	(330 464.73)	(317 153.73)	(203 617.50)	(187 149.85)
Salaires refacturés avec charges sociales				
Frais locaux	(47 398.96)	(48 325.48)	(12 134.00)	(11 589.00)
Entretien machines et ordinateurs	(8 916.40)	(5 482.59)	(6 188.00)	(10 369.00)
Charges de véhicule et transports	(142.25)	(94.82)		
Assurances	(2 393.42)	(2 896.50)	(4 374.00)	(3 827.00)
Ports et communications	(5 825.66)	(6 347.58)	(3 473.00)	(3 024.00)
Frais généraux divers et administration	(7 725.31)	(7 757.32)	(11 246.00)	(6 956.00)
TVA non-récupérable	(2 875.99)	(3 252.89)	(731.14)	(422.34)
Intérêts et frais bancaires	(4 324.49)	(1 024.70)	(635.75)	(661.01)
Pertes sur débiteurs	(980.00)	4 640.37		
Amortissements	(216.06)	(522.84)		
Produits extraordinaires	-	-		
Charges extraordinaires	-	(10 172.84)		
Attribution/Dissolution Provisions			11 000.00	-
TOTAL DES CHARGES	(675 182.62)	(674 329.84)	(381 531.14)	(355 626.95)
RESULTAT DE L'EXERCICE	(265.46)	3 204.37	323.13	915.03

Résultats financiers

PROFITS ET PERTES 2024 PAR CELLULES – BEX/PROMOTION

COMPTE DE PROFITS ET PERTES Exercice allant du 1er janvier au 31 décembre	Bex		Promotion	
	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)	2024 (en CHF)	2023 (en CHF)
Taxes de séjour et subsides communaux Villars				
Taxes de séjour et subsides communaux Les Diablerets				
Taxes de séjour et subsides communaux Gryon				
Taxes de séjour et subsides communaux Bex	85 585.40	86 010.05		
Cotisations membres	9 085.00	9 227.50	612 924.90	612 883.75
Produits d'immeuble				
Programmes et brochures				
Centrale de réservation				
Pass et forfaits	550.60	5.59		
Merchandising	2 604.62	2 729.37		
Produits animation été				
Produits animation hiver				
Produits promotion			198 842.13	89 666.25
Produits divers	43 890.79	44 316.08		
Refacturation autres salaires			494 997.51	494 306.63
Participation frais communs Porte des Alpes				
Refacturation Porte des Alpes			81 795.45	100 133.60
TOTAL DES PRODUITS	141 716.41	142 288.59	1 388 559.99	1 296 990.23
Cotisations sociétés touristiques	(870.00)	(870.00)		
Participation frais communs Porte des Alpes	(17 100.00)	(17 100.00)		
Programmes et brochures	(593.83)	(1 177.11)		
Pass et forfaits	-	(464.75)		
Merchandising	(1 073.51)	(4 406.68)		
Charges animations été / Soutien animations locales	(1 000.00)	-		
Charges animation hiver				
Charges events été / Projets réalisés	(2 361.26)	(5 649.54)		
Charges events hiver				
Charges promotion			(393 702.23)	(347 154.95)
Information et communication	(180.99)	(2 587.25)		
Salaires et frais personnel	(516.58)	(450.74)	(915 885.19)	(958 505.15)
Salaires refacturés avec charges sociales	(81 795.45)	(81 688.70)		
Frais locaux	(8 343.46)	(8 771.59)	(23 492.79)	(21 477.35)
Entretien machines et ordinateurs	(145.90)	-	(8 373.53)	(13 266.60)
Charges de véhicule et transports	(881.58)	-	-	-
Assurances	(508.40)	(508.40)	-	-
Ports et communications	(2 862.53)	(2 956.74)	(4 599.09)	(2 873.35)
Frais généraux divers et administration	(574.65)	(1 323.20)	(6 894.02)	(6 064.32)
TVA non-récupérable	(389.85)	(712.99)	(17 845.63)	(15 957.83)
Intérêts et frais bancaires	(599.07)	(237.93)	(921.01)	(976.22)
Pertes sur débiteurs	300.00	(1 692.50)	710.00	(2 778.50)
Amortissements	(101.70)	(352.60)	(1 518.84)	(1 825.61)
Produits extraordinaires	-	3 844.85		
Charges extraordinaires	-	(3 361.95)		
Attribution/Dissolution Provisions			-	70 100.00
TOTAL DES CHARGES	(119 598.76)	(130 467.82)	(1 372 522.33)	(1 300 779.88)
RESULTAT DE L'EXERCICE	22 117.65	11 820.77	16 037.66	(3 789.65)

Crédits photos
© Mathilde Amacker, Tanguy Bibus, Emilie Ecoffey VLT, Camille Hue,
Valentine Perrotey, Alain Rumpf, Marylise Veillon, visualps.ch,
Office du Tourisme de Bex, Office du Tourisme de Gryon,
Office du Tourisme de Villars

Conception & mise en page
© Camille Hue



ALPES VAUDOISES

VILLARS-GRYON
LES DIABLERETS
BEX