



LAUSANNE
CAPITALE OLYMPIQUE

**RAPPORT
ANNUEL
2018**



LAUSANNE
CAPITALE OLYMPIQUE

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 2018

PAGE 24

ÉDITORIAL



© LT/ www.diapo.ch

2018 : ANNÉE RECORD POUR LE TOURISME LAUSANNOIS !

Les actions entreprises pour promouvoir la capitale olympique à l'étranger et le dynamisme de la Ville en matière d'événements ont attiré de nombreux visiteurs tout au long de l'année 2018, avec une forte progression estivale. L'offre grandissante des activités de loisirs et la qualité des infrastructures hôtelières ont eu un impact important sur les résultats, tout comme la présence accrue de Lausanne Tourisme dans les différents marchés et le développement de la communication digitale sur des supports variés.

Les chiffres record de 2018 sont la confirmation de la progression observée depuis quelques années. Ils sont également le fruit de l'excellente collaboration de tous les partenaires de Lausanne Tourisme et de leur précieux soutien. Nous saisissons cette occasion pour remercier nos partenaires, ainsi que les membres de l'hôtellerie lausannoise. Grâce à leur soutien et aux synergies créées, nous pouvons nous permettre de viser haut dans la promotion de notre destination.

La poursuite d'objectifs communs à l'ensemble des partenaires est l'un des moteurs de Lausanne Tourisme, qui souhaite ainsi continuer à avancer dans leur direction. L'évolution stratégique mise en place pour les trois prochaines années consiste à franchir un palier supplémentaire, notamment dans

le domaine du tourisme de loisirs, en faisant de Lausanne une destination incontournable au niveau suisse et international.

Lausanne se profile comme une ville énergique, tendance et dynamique. L'esprit lausannois représente un attrait indéniable pour les visiteurs et Lausanne Tourisme se donne pour mission de faciliter l'immersion de ses hôtes. D'où la volonté de développer la notoriété de Lausanne en améliorant la visibilité de l'offre touristique via les caractéristiques et points forts de la destination. Cette évolution stratégique s'appuie sur des thématiques importantes – la gastronomie, la culture et le sport – qui constituent « l'esprit lausannois ».

La première conséquence de la nouvelle stratégie de Lausanne Tourisme est la refonte complète de son identité visuelle sous l'appellation LAUSANNE CAPITALE OLYMPIQUE. Cette mesure a été suivie de nouveaux supports de communication, d'une nouvelle approche dans l'accueil des hôtes, de la création et de la commercialisation de produits touristiques, ainsi que du développement d'un programme d'ambassadeurs. Ces actions sont quelques-unes des démarches entreprises par une formidable équipe, dont les efforts convergent vers notre objectif commun.

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to be 'Steve Pasche'.

STEEVE PASCHE
DIRECTEUR

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Pierre-Olivier Wellauer'.

PIERRE-OLIVIER WELLAUER
PRÉSIDENT

LA DESTINATION EN CHIFFRES

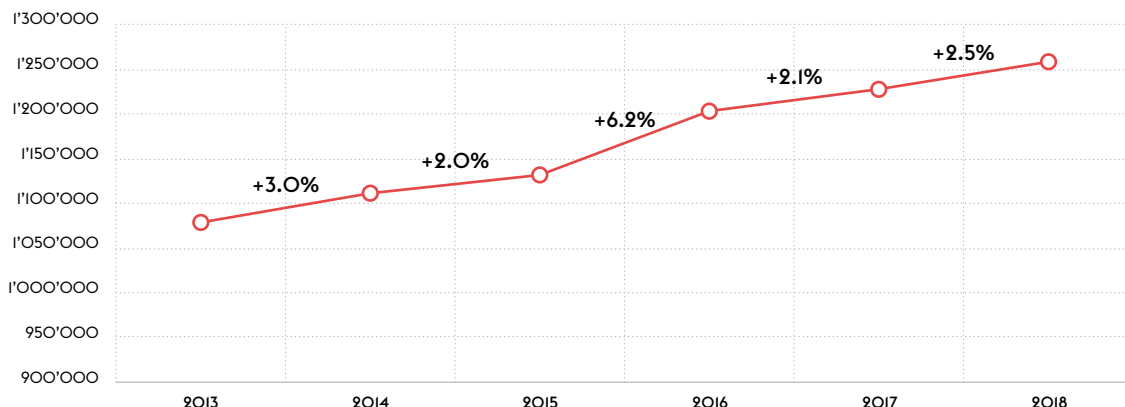
NUITÉES HÔTELIÈRES EN 2018

À une année record succèdent souvent des résultats plus mitigés. Affichant une hausse de 2.5% par rapport aux chiffres exceptionnels de 2017, les nuitées lausannoises font exception à cette règle. Le bilan 2017 avait battu le record de 1964, année de l'Exposition nationale. En 2018, Lausanne a confirmé que cette réussite n'était pas éphémère, mais qu'elle s'inscrit véritablement dans une tendance évolutive pour les nuitées lausannoises.

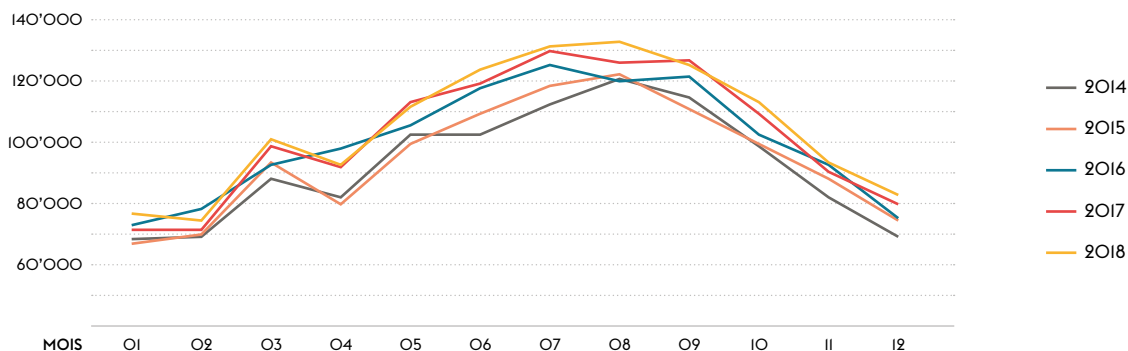
La courbe de l'année suit celle de 2017. Les seuls mois légèrement plus faibles par rapport à l'année précédente sont ceux de mai et de septembre. Mais les nuitées de cette période restent plus élevées que la moyenne des autres années aux mêmes dates.

La hausse est particulièrement visible en août. Cette augmentation confirme le potentiel de Lausanne en tant que destination privilégiée du tourisme de loisirs. L'offre estivale attractive, les excellentes conditions météorologiques, ainsi que les efforts promotionnels de Lausanne Tourisme sur la saison d'été portent leurs fruits. Comme en 2017, les chiffres de la fin d'année continuent à monter. Le positionnement de Lausanne en tant que ville de shopping pour les Fêtes, ainsi que les manifestations Bô Noël et Lausanne Lumières y sont pour beaucoup.

ÉVOLUTION DES NUITÉES



NUITÉES HÔTELIÈRES MENSUELLES



La courbe des nuitées 2018 suit celle de 2017, avec une augmentation impressionnante en août. Seuls les mois de mai et septembre sont légèrement plus faibles qu'aux mêmes périodes l'année précédente.

CHIFFRES CLÉS

Progression du nombre de nuitées: **+2.5%**

+13.3% de nuitées hôtelières
durant les 4 dernières années

1^{er} marché: la Suisse avec **43.4%** des nuitées

**SITUATION TOURISTIQUE
SUISSE & VAUDOISE**

Contrairement aux résultats de Lausanne, la hausse des nuitées au niveau suisse et vaudois est moins élevée qu'en 2017 et traduit plutôt une stabilité. Suisse Tourisme et l'Office du Tourisme du Canton de Vaud se réjouissent du retour des touristes européens et de la hausse indigène.

Locomotive des nuitées vaudoises au même titre que Lausanne, Montreux Riviera affiche une baisse de 2.6% par rapport à une année 2017 record (+4.6%). Quant à Lausanne, elle prend encore plus d'importance dans les résultats vaudois puisqu'elle représente 43.2% des nuitées générées dans le canton.

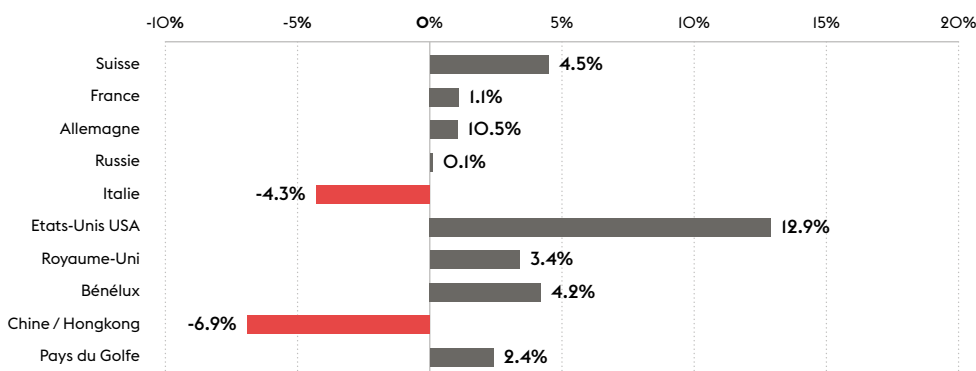
LES DIFFÉRENTS MARCHÉS

En 2018, tous les marchés prioritaires de Lausanne Tourisme ont connu une croissance, à l'exception de l'Italie et de la Chine. Les touristes suisses sont en augmentation, à hauteur de 4.5%. Le marché indigène confirme son importance pour Lausanne avec une part de 43.4% des chiffres globaux. Lausanne bénéficie de la stratégie de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud, qui renforce ses actions auprès du marché suisse alémanique depuis 2010 et la crise financière européenne.

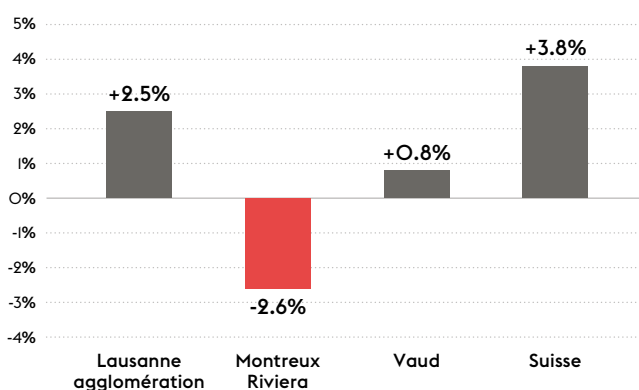
Premier marché étranger, la France reste stable (+1.1%) et représente toujours environ 10% des statistiques lausannoises. Elle est suivie par l'Allemagne qui affiche une augmentation de 10.5%.

Pour les marchés plus lointains, on note l'augmentation spectaculaire des hôtes en provenance des Etats-Unis (+12.9%) et des Pays du Golfe (+2.4%).

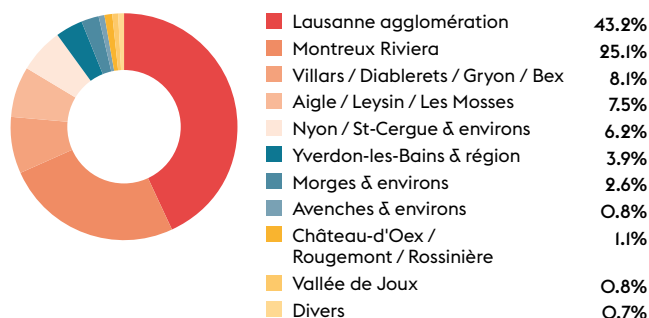
MARCHÉS PRIORITAIRES



VARIATION DES NUITÉES HÔTELIÈRES 2017 -2018



RÉPARTITION DES NUITÉES VAUDOISES 2018



TOURISME DE LOISIRS

Notre nouvelle stratégie a fait ses premières preuves dans le tourisme de loisirs. Elle inspire tant les actions digitales que les mesures commerciales, en passant par les publications. Ces dernières ce sont mises au diapason de la nouvelle charte graphique.



©LT

«GCC WORKSHOP» : LE GULF COOPERATION COUNCIL À LAUSANNE

Lausanne a été choisie par Suisse Tourisme comme destination hôte du GCC Workshop 2018. Quelque 120 partenaires suisses, représentants de tour-opérateurs et agences de voyages des pays du Moyen-Orient se sont retrouvés dans la capitale vaudoise du 23 au 25 septembre 2018.

Cet événement promotionnel, visant à augmenter le tourisme de loisirs auprès de ce public clé, a permis à notre région d'adopter un positionnement fort sur les marchés du Moyen-Orient (Arabie Saoudite, Bahreïn, Emirats Arabes Unis, Koweït, Oman, Qatar). En plus du workshop, le programme comprenait les visites des attractions et sites clés de la région lémanique.

ASIA PACIFIC WORKSHOP

L'Asia Pacific Workshop est un événement biennal et itinérant en Suisse. C'est une des plateformes les plus importantes et les plus efficaces pour réunir les acheteurs de l'Asie-Pacifique et les représentants de l'industrie touristique suisse. Ce workshop est une occasion précieuse pour les destinations de commercialiser leurs produits parmi les principaux acteurs du marché du voyage.

En compétition avec d'autres villes de Suisse, Lausanne a été désignée pour accueillir cet événement du 13 au 16 décembre 2018. Le workshop a eu lieu au Beau-Rivage Palace où 110 vendeurs de destinations de voyage en Suisse ont présenté leurs infrastructures lors de rendez-vous de 15 minutes, à quelque 280 partenaires suisses, agences de voyage et tour-opérateurs des pays d'Asie-Pacifique.



© Nicolas Glauser / travelita.ch

LAUSANNE GREAT WINE CAPITAL

En 2018, la Ville de Lausanne a officiellement intégré le «Great Wine Capitals Global Network» (GWC, Réseau international des Capitales de Grands Vignobles) au même titre que Bordeaux (France), Mayence (Allemagne), Vérone (Italie), Bilbao (Espagne), Porto (Portugal), Mendoza (Argentine), Valparaiso (Chili), San Francisco (USA) et Adelaïde (Australie).

Cette adhésion permet à toute une région de figurer sur la carte mondiale de la viticulture et de partager des expériences avec des pays précurseurs en matière d'œnotourisme. Fin 2018, une délégation emmenée par la Ville de Lausanne s'est rendue à Adelaïde pour l'assemblée générale du réseau, ponctuée de workshops et moments d'échange.

VOYAGES DE FAMILIARISATION (FAM TRIP)

Grâce aux packages que l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) achète auprès de Suisse Tourisme (ST), nous accueillons tout au long de l'année des professionnels du voyage issus principalement de pays lointains. Nos bonnes relations avec ST et d'autres partenaires comme Lufthansa, Lyria, etc. nous aident à assurer la promotion de notre destination aussi bien auprès des marchés proches que lointains. Nous attachons une grande importance à la qualité de ces fam trips, qui nous donnent l'occasion de rencontrer la plupart des professionnels de manière personnalisée.

CRÉATION DE PRODUITS

Il est de plus en plus courant pour les offices du tourisme de créer des produits d'appel qui permettent aux visiteurs voyageant individuellement de profiter de forfaits clé en main. En 2018, Lausanne Tourisme a commercialisé de nouveaux produits en collaboration avec le Festival de la Cité, ou encore une offre englobant les incontournables que sont Le Musée Olympique et AQUATIS. En collaboration avec Suisse Tourisme, le forfait « Taste My Swiss Cities » invitait les participants à déguster une entrée, un plat et un dessert dans trois endroits différents de la ville.

LA PROMOTION PAR L'IMAGE

LES ATOUTS DE LAUSANNE PRÉSENTÉS DANS PLUSIEURS MINI-CLIPS

Lausanne Tourisme a dévoilé durant l'année les atouts de notre destination dans trois nouveaux mini-clips : « Feel Lausanne in Winter », « Lausanne Ville gourmande et conviviale » et pour finir « Lausanne Culture pour tous ». Ce dernier encourage la curiosité et invite le public à découvrir de nombreuses activités et expériences époustouflantes et intenses, liées à l'art, à la culture ou encore aux événements festifs.

A découvrir sur www.lausanne-tourisme.ch/videos et à disposition de nos partenaires professionnels sur : www.lausanne-tourisme.ch/photos



DU CONTENU IMMERSIF DANS LE BUREAU D'INFORMATION

Parce qu'une image vaut mille mots et pour créer de l'attractivité, de nouveaux écrans ont été mis en place dans le bureau d'Ouchy afin de diffuser en vidéo les atouts de la ville et de la région, mais aussi les grands événements du moment. Un espace inspirant pour les visiteurs.

ACTIONS AVEC LES CFF

Avec le soutien de Bô Noël et pour la deuxième année consécutive, nous avons participé à une promotion via le flyer « Noël » édité en trois langues par les CFF. Il a été distribué dans toutes les grandes gares avec une offre comprenant : un billet de train à tarif réduit, un jus de pomme chaud et une saucisse au marché de Noël.

CHIFFRES CLÉS

Achats de **59 brèves séquences vidéos** brutes et de **140 images** de la vie lausannoise

3 nouveaux mini-clips de 45, 30 et 15 secondes

En moyenne, **45 demandes d'accès** à la médiathèque chaque mois par des partenaires professionnels

Plus de **6'700 images** téléchargées



LAUSANNE TOURISME EN LIGNE

Les actions digitales sont plus que jamais incontournables dans chaque stratégie de promotion marketing. Notre service digital ne se contente pas de suivre les tendances, mais s'efforce d'innover continuellement. Ainsi, nous sommes actifs non seulement sur les réseaux sociaux courants en Europe, mais aussi sur WeChat, première plateforme en Chine.

L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DE LAUSANNE TOURISME CHIFFRES CLÉS



Blog

+128%

160'144 vs 70'042 visiteurs



+92'900 fans

↗ 5%



+18'500 fans

↗ 34%



+10'600 fans

↗ 6%



LAUSANNE
CAPITALE OLYMPIQUE

Site Web

+32%

706'182 vs 534'677 visiteurs



20'448 pages vues



+2'509 fans

↗ 44%

Les plateformes digitales et réseaux sociaux de Lausanne Tourisme sont de plus en plus suivis. Depuis sa récente création, le compte WeChat de Lausanne Tourisme enregistre déjà 20'448 pages vues.

LAUSANNE CAPITALE OLYMPIQUE SUR WECHAT

Quand les touristes chinois voyagent à l'étranger, ils gardent naturellement leurs habitudes : ils veulent surfer en ligne sur mobile, se géolocaliser, rechercher des informations et communiquer via leur réseau social « WeChat ». Pour répondre à leur demande et apporter une meilleure visibilité de la destination en Chine, Lausanne Tourisme a lancé un compte « WeChat », première étape des développements technologiques liés au marché chinois.

NEWSLETTER « WHAT'S UP IN LAUSANNE ? »

Pour appuyer sa stratégie de développement du tourisme de loisirs, Lausanne Tourisme propose une nouvelle newsletter dédiée qui mélange contenu informatif et inspirant, tel que les articles du blog MyLausanne. « What's up in Lausanne ? » est également l'occasion de promouvoir les différents produits développés par Lausanne Tourisme, ainsi que les prochains événements. Cette newsletter est disponible en français et en anglais.

www.lausanne-tourisme.ch/inscription-newsletter

LES PUBLICATIONS EN 2018

L'EAU À LA BOUCHE GRÂCE À «THE LAUSANNER»

Dans le cadre de la nouvelle stratégie de communication, 2018 a marqué l'arrivée de «The Lausanner», le nouveau magazine de Lausanne Tourisme, véritable trait d'union entre les insiders et les visiteurs. Ce support gratuit de près de 90 pages a proposé pour son premier numéro un parcours de lecture autour des charmes de l'eau et des piscines. L'édition Hiver a consacré son dossier à la fabrication locale et à nos créateurs de tous styles. Publié deux fois par an en français et en anglais, «The Lausanner» se veut frais et dans l'air du temps. Les lecteurs s'immergent dans des sujets de fond tout en se délectant de bons plans et de recommandations une fois remontés à la surface. Ce magazine est disponible dans tous nos bureaux d'accueil et distribué régulièrement dans près de 100 lieux touristiques.



DÉCOUVRIR LAUSANNE ET SES ALENTOURS EN SE BALADANT

Pour la troisième année consécutive, et grâce au soutien de près de 30 partenaires annonceurs développant des offres de loisirs, nous avons proposé à nos hôtes de découvrir Lausanne et ses alentours au fil de belles balades insolites. La brochure d'accueil Lausanne Escapades était disponible en français, anglais et allemand avec un tirage global de 100'000 exemplaires. Depuis janvier 2019, une nouvelle brochure d'accueil – dans l'esprit de la nouvelle identité – intitulée Lausanne Incontournables est distribuée en trois langues distinctes également.

PLANS DE VILLE : REPÉRAGE LUDIQUE DANS LAUSANNE

Depuis juin 2018, deux nouveaux plans de ville pratiques et ludiques sont à disposition de nos hôtes, dont la Z-CARD et son format compact qui se replie en un tour de main et se glisse dans la poche. L'iconographie a été développée dans l'esprit de notre nouvelle ligne graphique et dans la perspective de rendre le produit plus ludique, tendance et dynamique! On y trouve entre autres: un plan facile à comprendre, les principaux musées lausannois, quelques visites guidées à pied, les incontournables de la ville, ainsi que quelques trucs et astuces des indigènes dont nous dévoilons le secret.

LES PRINCIPALES ÉDITIONS 2018

- Lausanne Escapades (FR/DE/EN)
- Plan officiel (FR/EN)
- Mini-Plan Lausanne Transport Card (FR/DE/EN)
- Rapport annuel 2017
- THE LAUSANNER Eté n°1 (FR/EN)
- THE LAUSANNER Hiver n°2 (FR/EN)
- Dépliant « Participez au rayonnement de Lausanne » (FR)
- Flyer City Tour Thaïlande (EN)
- Flyers MyLausanne et Visites guidées (FR/EN)



TOURISME D'AFFAIRES

Afin de promouvoir et vendre la destination auprès de la clientèle d'affaires, Lausanne Tourisme redouble d'efforts pour valoriser l'offre de nos partenaires. Ainsi, nous continuons à accueillir de nombreux visiteurs professionnels, à organiser des événements B2B de qualité et à effectuer des déplacements commerciaux ciblés.



© Sébastien Monachon - photo.bsc8.ch

LAUSANNE MONTREUX CONGRESS, UN PARTENARIAT STRATÉGIQUE

Pour sa seconde année d'activités opérationnelles, Lausanne Montreux Congress (LMC) a déjà confirmé 16 congrès au total, soit 5 congrès pour 2018, 6 pour 2019 et 5 supplémentaires entre 2020 et 2022. Plusieurs candidatures déposées ont remporté d'importants succès, tel que la Conférence Mondiale des Journalistes Scientifiques ou encore la Conférence E-Health.

Pour renforcer ses actions, LMC a mandaté deux agences étrangères de manière à générer de nouvelles opportunités d'affaires (leads) et à promouvoir la nouvelle marque LMC. Des voyages de familiarisation (fam trips) ainsi que des événements clients et de networking sont organisés régulièrement et notamment à l'occasion du Montreux Jazz Festival, du Cully Jazz, à Londres ou encore dans le nouveau pôle de recherche contre le cancer AGORA.

LE MICE À LAUSANNE ET L'ÉVOLUTION DES INCENTIVES

Le segment du MICE est très important pour notre destination, car il génère la majorité des nuitées hôtelières. Il regroupe les congrès et les conférences, mais aussi les meetings et séminaires plus petits, ainsi que les manifestations d'envergure – principalement sportives pour la capitale olympique – et enfin les incentives.

Les incentives sont des voyages de motivation ou de récompense offerts par une entreprise à certains de ses employés: ne comprenant généralement pas de « meeting », ce type de séjour s'apparente plus à un voyage de loisirs pour un groupe donné, souvent doté d'un budget confortable. Les demandes proviennent principalement d'entreprises américaines et, depuis quelques années, asiatiques, en particulier d'Asie du Sud-Est. En octobre 2018, Lausanne a par exemple accueilli les 250 invités de la compagnie d'assurance thaïlandaise AIA. Le groupe effectuait un séjour de cinq jours en Suisse et a choisi Lausanne afin d'honorer le 2^e anniversaire de la mort de Sa Majesté le Roi Bhumibol Adulyadej, qui a vécu dans notre ville pendant sa jeunesse.

LES CONGRÈS, UN IMPACT ÉCONOMIQUE FORT DANS LA RÉGION

Sans conteste, les services offerts aux organisateurs de congrès et le développement du tourisme d'affaires sont rémunérateurs pour l'économie de notre région.

Selon les calculs d'Oxford Economics et le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), les 21 affaires confirmées en 2018 représentent à elles seules un impact économique de plus de 13 millions de francs suisses pour nos partenaires et prestataires. Près d'un quart de ces retombées découle directement des efforts de Lausanne Montreux Congress (LMC).

CHIFFRES CLÉS

Nombre de visiteurs professionnels (fam trips et inspections), segments MICE et Loisirs: **593**

Affaires congrès traitées en 2018: **21** dont LMC: **5**

Affaires congrès futures confirmées: **17** dont LMC: **11**

UNE APPROCHE COMMERCIALE ADAPTÉE AVEC NOS CLUSTERS CLÉS

La vente des congrès est structurée en fonction des pôles d'excellence identifiés pour le bassin lémanique: «Éducation et Recherche», «Technologie et Innovation», «Sciences Sociales, Humaines et Naturelles», «Santé et Bien-Être», «MedTech et Ingénierie Médicale», «Sport» et «Culture et Art».

Acteur de poids du cluster clé «Technologie et Innovation», le SwissTech Convention Center, partenaire de LMC, est devenu membre de «Energy Cities Alliance». Ce partenariat ciblé permet à Lausanne de rejoindre une communauté de villes spécialisées dans la gestion d'événements ayant pour thème les énergies, en particulier les nouvelles sources énergétiques et le développement durable.

ÉVÉNEMENT MICE LAUSANNE & ALPES VAUDOISES

Lausanne Tourisme et les Alpes vaudoises se sont déplacés à Zurich le 4 décembre 2018, en compagnie d'une quinzaine de partenaires, dans le but d'y rencontrer de potentiels organisateurs d'événements basés en Suisse alémanique.

À travers un parcours sur le thème des cinq sens, les différents groupes composés de clients et des partenaires des deux destinations ont pu échanger et découvrir les possibilités de congrès et de séminaires des deux régions. Cet événement a attiré une cinquantaine de clients qui ont ainsi pu se familiariser avec les infrastructures de la capitale olympique et des Alpes environnantes.



© LT

UNE CLASSIFICATION PARMIS LES MEILLEURES DESTINATIONS D'AFFAIRES DURABLES

Premier classement très réussi de Lausanne et Montreux parmi le Top 20 de l'Index Global Destinations Sustainability, communément appelé GDS Index. Ce label de qualité est une belle performance qui permet à LMC de renforcer son positionnement, ainsi que la valeur de ses produits sur le segment MICE.

LAUSANNE CAPITALE OLYMPIQUE SUR LINKEDIN

LinkedIn devient un canal marketing de plus en plus utilisé par les entreprises. S'abonner au compte LinkedIn de «Lausanne, Capitale Olympique» permet de suivre notre actualité et de la partager. Nous publions régulièrement des informations sur le tourisme d'affaires, ciblant ainsi le public professionnel de ce réseau social. De plus en plus d'utilisateurs de LinkedIn lisent et partagent ces actualités puisqu'en 2018, nos abonnés ont augmenté de 44% par rapport à 2017.

ACTIONS MÉDIATIQUES

En 2018, Lausanne Tourisme a continué son travail de promotion au travers des médias en organisant 112 visites de presse pour 384 journalistes et influenceurs en provenance de 27 pays. Près d'un millier d'articles sur Lausanne ont été générés.



© Sébastien Monachon - photo.bsc8.ch

RENCONTRES AVEC LA PRESSE ÉTRANGÈRE

Proactifs dans notre communication, nous participons à des événements dédiés aux journalistes et influenceurs. Ainsi, en 2018, nous nous sommes rendus à l'International Media Marketplace de Berlin, à une conférence de Suisse Tourisme à Hambourg et au Social Travel Summit à Belfast. Ces événements sont autant d'occasions de placer Lausanne sur la carte des destinations tendances du moment et débouchent sur de nombreuses visites de presse, nous assurant une visibilité croissante.

ACTIONS AVEC NOS MANDATAIRES

Lausanne Tourisme peut s'appuyer sur des mandataires de qualité dans certains de nos marchés prioritaires (UK, Italie, GCC). En 2018, en plus des visites de presse préparées avec nos agences, nous avons organisé des conférences de presse à Milan, Londres et Dubaï. Tout au long de l'année, nous rédigeons également des communiqués de presse thématiques, qui sont ensuite diffusés par nos mandataires dans leurs marchés respectifs et qui génèrent des centaines de retombées indirectes pour notre destination.

CHIFFRES CLÉS

Dossiers traités en 2018: **112**

Nombre de visiteurs: **384**

Nombre de pays: **27**

PRESS TRIP FRANCE « GASTRONOMIE ET VINS »

En août et novembre dernier, nous avons organisé deux visites de presse en provenance de France visant à mettre en avant le patrimoine gastronomique et œnologique de la région. Ces voyages de presse ont garanti à Lausanne une couverture dans les plus grands titres de la presse hexagonale, Le Monde et Le Parisien en tête.

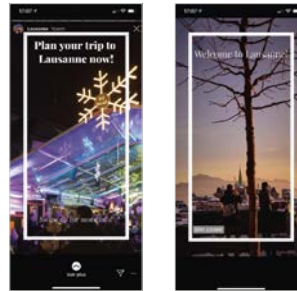
**MARKETING D'INFLUENCE :
BLOG TRIP EUROPÉEN**



Lausanne Tourisme a accueilli 8 influenceurs de toute l'Europe lors d'un blog trip organisé en juillet. Dégustations gastronomiques, survol en hélicoptère du lac Léman, Festival de la Cité depuis les coulisses: ils ont vécu des expériences uniques.

Résultats: 650 publications sur les réseaux sociaux générant plus de 44'300 réactions, partages, likes et 9 articles de blogs dont l'audience cumulée représente plus de 100'000 personnes par mois.

**ACTIONS RÉSEAUX
SOCIAUX EN SUISSE**



Les fêtes de fin d'année à Lausanne ont créé le buzz sur Instagram. Une story sur le compte aux 394'000 abonnés de Suisse Tourisme a généré 149'000 clics. Le compte Instagram MyLausanne a été confié à la blogueuse et influenceuse lausannoise Valentine de Awwway.ch. Sa story sur les lumières de Noël a été vue plus de 2'662 fois.

**DES CAMPAGNES DIGITALES SUR LE MARCHÉ
FRANÇAIS ET SUISSE ALÉMANIQUE**



Pour positionner Lausanne comme une destination de loisirs et de week-ends, des campagnes digitales ont été mises en place pour attirer des visiteurs l'été et pour les fêtes de fin d'année:

- le dispositif déployé sur les sites de la régie du Monde (le Courrier International, Le Monde, Télérama, rue89, huffpost) a généré plus de 8'600'000 impressions.
- sur le marché suisse alémanique, nous avons lancé une campagne avec Tamedia et segmenté en ciblant les Food Lovers, Travel Lovers, et Arts & Culture Lovers.

**UNE CAMPAGNE SUR WECHAT
POUR LA GOLDEN-WEEK**



Afin de travailler la notoriété de la destination de Lausanne auprès des visiteurs individuels, nous avons mis en place une campagne digitale sur WeChat pour présenter la capitale olympique, thématique qui a beaucoup d'échos auprès du public chinois.

Avec 213'054 pages vues et un taux de clic à 1.61%, la campagne a atteint ses objectifs et le dispositif digital sur WeChat va être développé sur l'année 2019.

LAUSANNE DANS LA PRESSE INTERNATIONALE

National Geographic Traveller



Le Monde



Glamour UK



Il Giorno



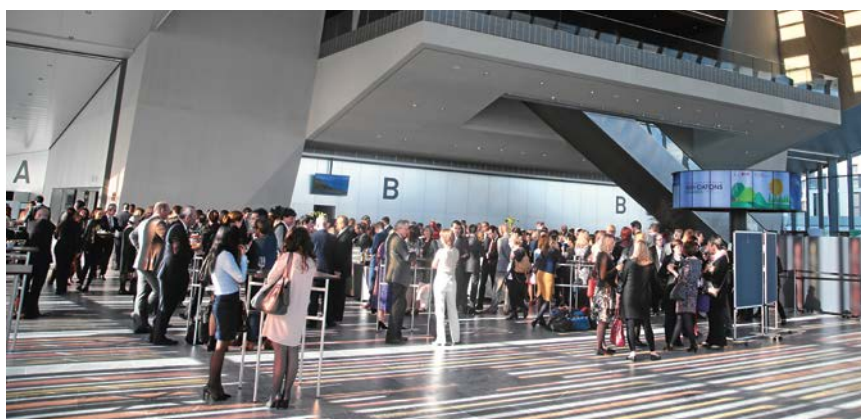
SERVICES & PRESTATIONS

Tout au long de l'année, le service Congrès & Manifestations de Lausanne Tourisme travaille main dans la main avec des organisateurs d'événements d'envergure. Plusieurs d'entre eux sont devenus des clients fidèles.

CHIFFRES CLÉS

21 affaires
dont 4 affaires récurrentes,
12 affaires LCVB,
5 affaires LMC

3'943 badges imprimés



© Swiss-image.ch

LES CONGRÈS FLEURISSENT GRÂCE AU DÉPARTEMENT CONGRÈS & MANIFESTATIONS (COMA)

Le département Congrès et Manifestations (CoMa) a débuté le printemps activement avec 3 événements consécutifs. En effet, alors que le symposium annuel de l'Agence Mondiale Anti-dopage venait de fermer ses portes sur une participation record, le FEI Sports Forum s'est déroulé à l'IMD. Le 4^e module du séminaire régional « Santé & Entreprise » s'est glissé entre ces deux événements sportifs, et a réuni des managers et responsables RH pour des sessions interactives.

LAUSANNE, UNE DESTINATION DE CONGRÈS AUSSI EN AUTOMNE

En automne 2018, notre équipe du bureau des congrès s'est chargée de la gestion du logement pour cinq congrès lausannois, ainsi que de la gestion de trois grands événements: le symposium international géotechnique énergétique (SEG) au SwissTech Convention Center (onsite management), Smart Cities & Sport Summit à l'IMD, ainsi que la Conférence Internationale des Barreaux de tradition juridique commune (CIB) à Beaulieu. Lors de ces trois événements, l'500 participants ont été accueillis.

Tous les événements organisés en collaboration avec notre département CoMa peuvent être consultés sur notre site internet: www.lausanne-tourisme.ch/fr/Z56O5/agenda-congres-lausanne

DÉPARTEMENT COMA À LA FAI INTERNATIONAL DRONES CONFERENCE & EXPO

Du 31 août au 2 septembre 2018, la FAI International Drones Conference & Expo est revenue au Forum du Rolex Learning Centre de l'EPFL, après un grand succès connu en 2017. Notre département CoMa s'en est occupé, avec au programme: la conférence internationale des drones de la FAI, une exposition de robotique, des courses de drones et bien plus encore.

2019 – UNE ANNÉE SPORTIVE POUR LE DÉPARTEMENT COMA

Parmi les plus gros événements de 2019 pour lesquels notre équipe du bureau des congrès attend entre 500 et l'000 participants chacun: le symposium annuel de l'Agence Mondiale Anti-dopage WADA, les Scala Days, la World Conference of Science Journalists ainsi que l'European Drosophila Research Conference.

Le département Congrès et Manifestations organisera également deux événements pour Nestlé et s'occupera de la coordination entre les hôtels lausannois et le tour-opérateur Nirvana pour la grande finale de triathlon en août sur les rives du lac Léman.

De nombreux efforts ont été consentis par le service Information pour améliorer le séjour de nos hôtes. Au total 20 personnes dont 6 à plein temps, ont dédié en 2018 plus de 16'356 heures à l'accueil de 293'715 visiteurs, qu'ils soient lausannois, vaudois, étrangers, vacanciers, excursionnistes ou congressistes.

IMPORTANTES RÉNOVATIONS DANS NOTRE GUICHET D'OUCHY

Depuis le 17 décembre 2018, le bureau d'Ouchy a changé de visage. Cette rénovation avait pour objectifs d'offrir un espace accueillant, sobre et lumineux et de présenter Lausanne Capitale Olympique et ses atouts au premier coup d'œil. De plus, nos city experts sont plus mobiles, ils accompagnent les clients vers les supports présentés, proposent des expériences attractives, tandis que des écrans déroulent l'offre actuelle et les événements à ne pas manquer.

Sachant que les touristes de loisirs ou d'affaires aiment acheter des souvenirs, nos bureaux ont aussi commencé à vendre des produits dérivés.



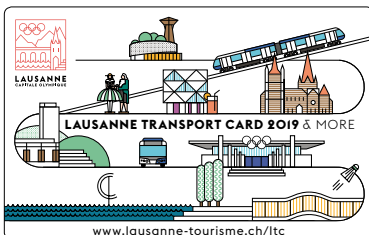
©LT/Laurent Kaczor

DÉVELOPPEMENT DE LA LAUSANNE TRANSPORT CARD & MORE

En 2018, un travail gigantesque a été consacré à la mise en place du nouveau moyen de diffusion de la Lausanne Transport Card & More. Depuis janvier 2019, celle-ci se fait via les hôteliers par le biais d'un nouveau formulaire.

Lausanne Tourisme a également négocié avec nos partenaires afin d'offrir aux touristes leur premier trajet dans la destination, sur présentation du bon de réservation nominé auprès d'un hébergement payant la taxe de séjour. Il a aussi fallu renouveler les conventions avec les partenaires participants, attribuer le mandat de graphisme et préparer la promotion et la diffusion pour l'année 2019.

La mise en place de ce nouveau système a permis au service Information de se rapprocher des services communaux en charge de la taxe de séjour, des hébergeurs professionnels et amateurs, des transporteurs publics et de prestataires. Le service Information redevient le maillon central d'un processus qui offre un service incontournable aux visiteurs.



LE GUICHET D'OUCHY À LA MODE DES JOJ 2020

Depuis la mi-mars 2018, notre guichet d'Ouchy est le premier point de vente à proposer les objets dérivés des Jeux Olympiques de la Jeunesse d'hiver 2020. Afin de patienter jusqu'à cet événement et de se mettre d'ores et déjà dans l'ambiance olympique qui s'emparera de Lausanne, il est possible d'acquérir des t-shirts vintage et des bonnets bleus et roses, les couleurs officielles des Jeux.

CHIFFRES CLÉS

479'000

Nombre de cartes LTC diffusées en 2018

29

Partenaires LTC ont proposé des rabais ou la gratuité

293'715

Visiteurs dans nos trois guichets d'accueil

GESTION & ADMINISTRATION

Chapeauté par une nouvelle cheffe de service, le département Gestion & Administration a mené à bien ses missions pour la bonne marche de Lausanne Tourisme.

En juin 2018, Monsieur Alain Henry, Directeur adjoint et Chef du service Administration, a pris sa retraite après 29 ans de bons et loyaux services. Madame Christel Mirshak, après 10 ans d'activité au sein de Lausanne Tourisme en tant que responsable des finances, a repris le poste de Cheffe du service Administration.

CHIFFRES CLÉS

43.6 EPT

52 collaborateurs et collaboratrices

Durée de fidélité moyenne: **8.8 ans**

RESSOURCES HUMAINES

Au 31 décembre 2018, Lausanne Tourisme comptait 43.6 employés en équivalent plein temps (EPT), correspondant à 52 collaborateurs et collaboratrices occupés en poste fixe.

Notre office enregistre un taux de rotation du personnel pour 2018 de 14.7% et une durée de fidélité moyenne de 8.8 ans.

Nous sommes heureux de pouvoir compter sur la venue en cours d'année 2018 de nouvelles collaboratrices et nouveaux collaborateurs fixes et auxiliaires:

PERSONNEL FIXE

SUADA SAHITI
COMPTABLE - ADMINISTRATION

MIRJAM KIENER
CHEFFE DU SERVICE CONGRÈS & MANIFESTATIONS

MARIE BOUHELIER
COORDINATRICE ADMINISTRATIVE - MARKETING

ANGÉLIQUE CRETENAND
EVENTS COORDINATOR - CONGRÈS & MANIFESTATIONS

SERMENA SULEJMANI
ASSISTANTE DE DIRECTION

ANNA MOEHR
APPRENTIE EMPLOYÉE DE COMMERCE - VOIE E

CÉDRIC DAYEN
PROJECT COORDINATOR - INFORMATION

OLIVIER MOURAUX
EVENTS COORDINATOR JUNIOR - CONGRÈS & MANIFESTATIONS

VIRGINIE RODIEUX
CITY EXPERT - INFORMATION

PERSONNEL AUXILIAIRE

Personnel auxiliaire au service Information:

CÉCILE PACHE

MAËLISS LASSALLE

NADÈGE BOISSARD

FÉLICITATIONS

Pour leur fidélité au sein de Lausanne Tourisme:

30 ANS D'ACTIVITÉ

JEAN-MARC PERRIN

15 ANS D'ACTIVITÉ

NATHALIE ROUX

10 ANS D'ACTIVITÉ

CHRISTEL MIRSHAK

FINANCES

Les produits et les charges ont été maîtrisés dans leur globalité au cours de cet exercice malgré d'importantes variations. L'augmentation des produits de la taxe de séjour a permis un renforcement en termes de ressources humaines à nos guichets d'information lors de fortes fréquentations durant la haute saison. Cette hausse a également apporté un soutien financier pour le lancement du nouveau magazine.

L'augmentation des nuitées de 2.5% par rapport à 2017 est une évolution très positive pour Lausanne agglomération. Les années 2017 et 2018 sont comparables en termes de produits de la taxe de séjour suite à la nouvelle tarification entrée en vigueur le 1^{er} mai 2016.

La répartition entre l'hôtellerie et la parahôtellerie a évolué d'un rapport de 70% et 30% en 2017 à un ratio de 73.4% et 26.6% en 2018. La proportion de 2018 correspond aux années antérieures à 2017.

Les produits totaux représentent un montant de CHF 8'243'874.95, soit 104.7% du budget de CHF 7'871'290. Hormis la hausse de la taxe de séjour représentant les deux tiers de cet écart, deux événements (Asia Workshop / GCC Workshop) ont contribué à cette augmentation. Nous pouvons également constater des diminutions de produits issus des annonces publicitaires, notamment provenant du Web.

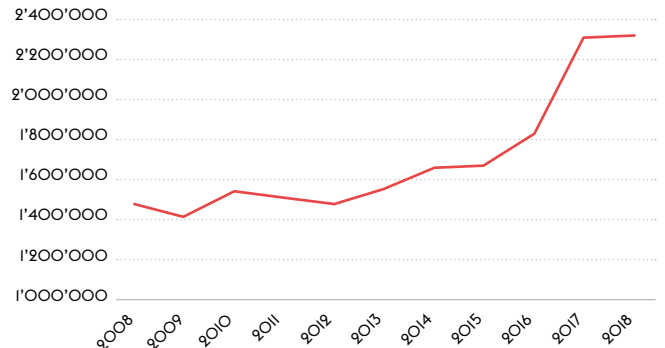
L'augmentation de la part « Autres contributions » du produit d'exploitation est due à un nombre important de projets réalisés au cours de l'année 2018 et financés par le FERL, comme le réaménagement du guichet d'Ouchy, le nouveau plan de ville, l'intégration d'un système gérant la Lausanne Transport Card, etc. La part « Prestations & services » baisse de 4.2% en comparaison à 2017, due à une diminution du volume des prestations du service Congrès & Manifestations.

La marge brute n'est cependant pas impactée et reste sensiblement la même qu'en 2017.

Les résultats financiers de notre association nous permettent d'amortir le réaménagement de notre guichet à Ouchy.

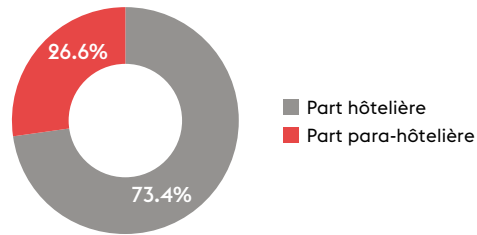
Les fonds propres de l'association se montent à CHF 3'872.37 au 31 décembre 2018, compte tenu du bénéfice de l'exercice de CHF 1'255.80, porté en augmentation du solde reporté au 1^{er} janvier 2018 de CHF 2'616.57.

ÉVOLUTION DU PRODUIT DE LA TAXE DE SÉJOUR DES 9 COMMUNES

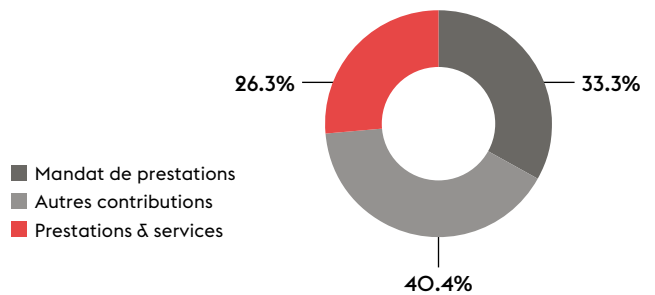


Les taxes de séjour des communes du FERL (Bussigny, Chavannes-Près-Renens, Crissier, Ecublens, Lausanne, Lutry, Pully, Romanel-sur-Lausanne, Saint-Sulpice) augmentent proportionnellement aux nuitées hôtelières.

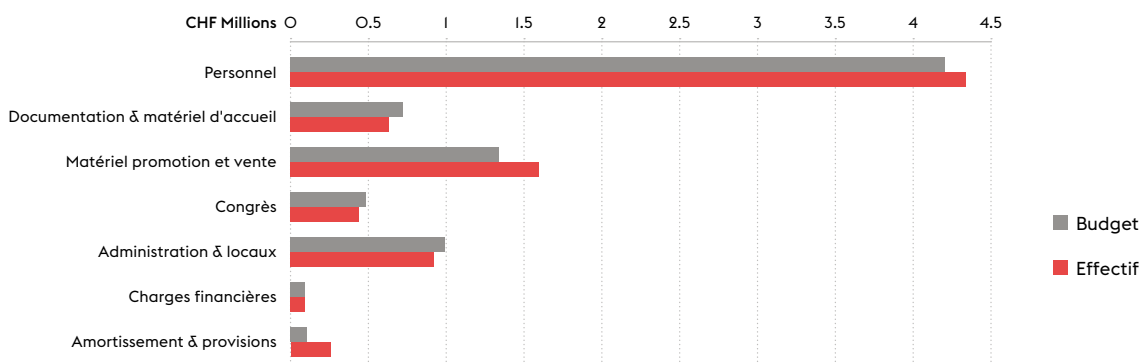
RÉPARTITION DE LA TAXE DE SÉJOUR DE LAUSANNE



RÉPARTITION DES PRODUITS D'EXPLOITATION



COMPARAISON ENTRE LES CHARGES D'EXPLOITATION EFFECTIVES ET BUDGÉTISÉES



INFORMATIQUE

Nous avons amélioré l'environnement informatique permettant de faciliter et d'optimiser la transversalité entre les services au sein de Lausanne Tourisme ainsi qu'avec nos partenaires. Différents projets ont été finalisés ou sont en cours de finalisation, dont notamment l'intégration des produits TOMAS pour la vente d'excursions et de visites guidées.

En parallèle, nous avons également mis en place un outil d'aide à la gestion des ressources humaines afin de simplifier différents aspects et de permettre à chaque collaborateur d'accéder en tout temps à son emploi du temps. Cet outil est amené à évoluer permettant la gestion des documents professionnels accessibles à chacun et répond aux exigences légales.

MAISON DU TOURISME

Lausanne Tourisme s'est mis à l'énergie verte et a investi dans les énergies renouvelables et écologiques en installant sur le toit de la Maison du Tourisme des panneaux photovoltaïques. Ceux-ci sont assemblés sur une surface de 211 m² afin de produire une énergie verte de 35'000 kWh par an. Le reste de la toiture, a été végétalisé et des niches à insectes ont été installées pour préserver l'écosystème. Une action qui se veut responsable et durable afin de contribuer à l'avenir de notre planète et qui a été conseillée et soutenue par la Ville de Lausanne.



©LT

SORTIES ET RABAIS POUR NOS MEMBRES

Toujours soucieuse de faire plaisir à ses membres, Lausanne Tourisme, «l'entreprise de tous les Lausannois», propose chaque année des sorties inédites et exclusives à la découverte de la destination, pour passer des moments de qualité en bonne compagnie. Nos membres bénéficient également de tarifs préférentiels sur nos annonces publicitaires print et web, ainsi que des moments de réseautage professionnel avec des partenaires de tous horizons lors de l'assemblée générale qui aura lieu cette année le 27 juin à 17h à l'Agora (Fondation ISREC).



©LT/Laurent Kaczor

NOUVELLE MARQUE POUR NOTRE DESTINATION « LAUSANNE CAPITALE OLYMPIQUE »

La première conséquence de la stratégie 2018-2021 de Lausanne Tourisme est la refonte complète de son identité visuelle.

UN PEU D'HISTOIRE...

Plusieurs étapes nous séparent de la fondation de la Société de développement d'Ouchy en 1887, devenue Association des Intérêts de Lausanne (ADIL) en 1932. Plus de 60 ans plus tard, en 1994, Lausanne obtient le titre de Capitale Olympique. La même année, notre organisation suit le mouvement de la restructuration de l'Office National Suisse du Tourisme et se mue en Office du Tourisme et des Congrès de Lausanne (OTCL). En 2000, c'est également la naissance de Suisse Tourisme qui inspire la création de Lausanne Tourisme. Dès janvier 2001, le logo «Lausanne Capitale Olympique», avec ses anneaux colorés, est apposé sur toutes les nouvelles publications.

APPLICATION DE LA STRATÉGIE 2018-2021

Notre nouvelle marque découle de la stratégie adoptée pour la période 2018-2021. À partir de notre vision – franchir un palier tant dans le tourisme d'affaires que dans le tourisme de loisirs en devenant incontournable et en transmettant l'esprit lausannois au travers d'expériences – et de nos objectifs – améliorer la visibilité et la notoriété de la destination – un logo en accord avec notre personnalité et l'attente des touristes est né.



LA NOUVELLE MARQUE

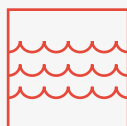
Réalisé par l'agence SAENTYS et en concertation avec la Ville de Lausanne – dans un souci de transparence et de cohérence – le concept «néo-rétro» représente sous forme de timbre les éléments touristiques les plus caractéristiques de notre destination, soit : le lac, les ponts, les escaliers, la cathédrale, les Alpes et les anneaux olympiques. La signature «Lausanne Capitale Olympique» le souligne et devient la marque de la destination.



LES ALPES



LES ESCALIERS



LE LAC



LES PONTS



LA CATHÉDRALE



LA CAPITALE OLYMPIQUE

COMPTES

BILAN

	31.12.2018 CHF	31.12.2017 CHF
ACTIF		
ACTIF CIRCULANT	1'604'789.48	1'301'055.34
Trésorerie	70'446.72	54'559.33
Créances résultant de la vente de prestations de services	585'890.95	361'497.05
Provision pour créances douteuses	-30'000.00	-30'000.00
Autres créances à court terme	719'549.80	672'921.91
Stocks	2.00	2.00
Actifs de régularisation	258'900.01	242'075.05
ACTIF IMMOBILISÉ	5'006'242.15	4'627'241.35
Immobilisations financières	8'236.15	8'235.35
Immobilisations corporelles	4'998'006.00	4'619'006.00
TOTAL DE L'ACTIF	6'611'031.63	5'928'296.69

	31.12.2018 CHF	31.12.2017 CHF
PASSIF		
CAPITAUX ÉTRANGERS À COURT TERME	2'146'174.71	1'728'895.57
Dettes résultant de l'achat de prestations de services	738'891.42	560'563.36
Dettes à court terme portant intérêt	799'236.15	613'661.10
Autres dettes à court terme	313'335.65	390'377.26
Passifs de régularisation	294'711.49	164'293.85
CAPITAUX ÉTRANGERS À LONG TERME	4'460'984.55	4'196'784.55
Dettes à long terme portant intérêt	3'798'984.55	3'509'784.55
Autres dettes à long terme	90'000.00	115'000.00
Provisions	572'000.00	572'000.00
CAPITAUX PROPRES	3'872.37	2'616.57
Résultats reportés	2'616.57	1'655.27
Bénéfice de l'exercice	1'255.80	961.30
TOTAL DU PASSIF	6'611'031.63	5'928'296.69

COMPTES DE RÉSULTAT

	COMPTES 2018 CHF	BUDGET 2018 CHF	COMPTES 2017 CHF
PRODUITS NETS DES VENTES DE BIENS ET SERVICES	7'958'909.97	7'582'120	7'959'212.54
CONTRIBUTIONS ET TAXES	5'862'597.19	5'622'000	5'522'120.21
Ville de Lausanne	2'645'000.00	2'645'000	2'645'000.00
Membres	143'450.00	150'000	144'820.00
Participation des hôteliers	121'450.85	130'000	161'382.80
Autres contributions	640'000.00	640'000	270'000.00
Taxes de séjour	2'312'696.34	2'057'000	2'300'917.41
PRESTATIONS ET SERVICES	2'091'312.78	1'952'120	2'429'592.33
Annonces publicitaires	149'954.35	165'000	234'080.05
Service Congrès & Manifestations	739'704.34	787'220	1'424'134.88
Service Accueil & Information	512'805.72	585'900	419'050.67
Prestations promotionnelles	548'007.09	320'000	254'662.14
Autres prestations et produits	140'841.28	94'000	97'664.59
AUTRES PRODUITS	5'000.00	8'000	7'500.00
Produits divers	5.000.00	8'000	7'500.00
CHARGES D'EXPLOITATION	(8'041'777.86)	(7'697'225)	(8'029'299.26)
CHARGES DE PERSONNEL	(4'344'369.73)	(4'207'180)	(4'276'384.95)
Salaires bruts	(3'575'683.70)	(3'457'180)	(3'547'709.96)
Charges sociales	(687'586.75)	(683'000)	(670'395.59)
Autres frais du personnel	(81'099.28)	(67'000)	(58'279.40)
AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	(3'450'059.62)	(3'396'045)	(3'538'914.31)
Documentation et matériel accueil	(367'577.19)	(424'400)	(234'442.18)
Matériel promotion et vente	(1'600'059.08)	(1'332'105)	(1'348'633.35)
Congrès et manifestations	(427'358.90)	(480'605)	(1'030'619.10)
Animations et excursions	(253'143.42)	(293'000)	(40'710.85)
Administration et gestion	(569'748.11)	(612'020)	(646'964.66)
Frais des propres locaux	(232'172.92)	(253'915)	(237'544.17)
AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	(247'348.51)	(94'000)	(214'000.00)
Amortissements	(247'348.51)	(94'000)	(64'000.00)
Provisions	0.00	0	(150'000.00)
(PERTE) D'EXPLOITATION	(82'867.89)	(115'105)	(70'086.72)
CHARGES ET PRODUITS FINANCIERS	(80'775.37)	(77'000)	(77'586.92)
Charges financières	(82'243.83)	(78'000)	(78'393.75)
Produits financiers	1'468.46	1'000	806.83
CHARGES ET PRODUITS HORS EXPLOITATION	164'899.06	158'885	148'634.94
Autres charges d'immeuble	(118'597.46)	(129'285)	(134'222.51)
Loyers et frais récupérés	283'496.52	288'170	282'857.45
BÉNÉFICE (PERTE) DE L'EXERCICE	1'255.80	(33'220)	961.30

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

PRINCIPES COMPTABLES APPLIQUÉS

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

INFORMATIONS SUR LES RUBRIQUES PRINCIPALES DU BILAN

	31.12.2018 CHF	31.12.2017 CHF
TRÉSORERIE	70'446.72	54'559.33
Caisses	16'696.91	15'845.75
PostFinance	4'155.12	8'901.64
Banques	49'594.69	29'811.94
AUTRES CRÉANCES À COURT TERME	719'549.80	672'921.91
C/C Débiteurs tiers	719'409.80	672'781.91
AFC, impôt anticipé	140.00	140.00
STOCKS	2.00	2.00
Matériel publicitaire	1.00	1.00
Stock produits divers	1.00	1.00
ACTIFS DE RÉGULARISATION	258'900.01	242'075.05
Produits à recevoir	187'221.04	197'979.77
Charges payées d'avance	71'678.97	44'095.28
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES	8'236.15	8'235.35
Titres	1.00	1.00
Dépôts de garantie	8'235.15	8'234.35
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	4'998'006.00	4'619'006.00
Matériel, Machines, Informatique & Véhicules	6.00	6.00
Maison du Tourisme	4'555'000.00	4'619'000.00
Reféction toiture et panneaux	443'000.00	
AUTRES DETTES À COURT TERME	313'335.65	390'377.26
C/C Créanciers tiers	271'647.40	344'594.05
Charges sociales	0.00	12'876.45
C/C TVA	41'688.25	32'906.76
PASSIFS DE RÉGULARISATION	294'711.49	164'293.85
Charges à payer	232'374.05	158'242.21
Produits reçus d'avance	62'337.44	6'051.64

DETTES À LONG TERME PORTANT INTÉRÊT	3'798'984.55	3'509'784.55
Emprunt Retraites Populaires	940'000.00	970'000.00
Emprunt hypothécaire BCV	2'858'984.55	2'539'784.55
AUTRES DETTES À LONG TERME	90'000.00	115'000.00
Emprunt par émission de parts	90'000.00	115'000.00
PROVISIONS	572'000.00	572'000.00
Provisions pour engagements futurs	312'000.00	312'000.00
Provisions bâtiment, informatique & aménagement	230'000.00	230'000.00
Autres provisions	30'000.00	30'000.00

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

	31.12.2018	RÉPART.	31.12.2017	RÉPART.
	CHF	%	CHF	%
MARKETING	6'587'124.29	79.92	6'672'031.44	80.95
Charges de personnel	3'938'985.70		3'867'625.96	
Autres charges	2'648'138.59		2'804'405.48	
ADMINISTRATION ET MAISON DU TOURISME	1'655'494.86	20.08	1'569'884.08	19.05
Charges de personnel	405'384.03		408'758.99	
Frais administration et gestion	569'748.11		646'964.66	
Frais de locaux	598'118.89		435'766.68	
Charges financières	82'243.83		78'393.75	
TOTAL DES CHARGES	8'242'619.15	100.00	8'241'915.52	100.00

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

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Valeur résiduelle des dettes découlant d'opérations de crédit-bail et contrats de location à long terme		
- Leasings non-portés au bilan	35'929.04	55'013.00
- Contrats de location à plus d'un an	388'368.50	390'049.00
- 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	-	-
Actifs engagés en garantie des dettes de la société ainsi qu'actifs grevés d'une réserve de propriété		
Maison du Tourisme grevée par une cédule hypothécaire en 1 ^{er} rang, au porteur à concurrence de	3'800'000.00	3'800'000.00
ainsi que par une cédule hypothécaires en 2 ^e rang, nanties en faveur de la BCV, au porteur, à concurrence de	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

2018

Lausanne, le 4 mars 2019/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 2018.

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
Case postale 1988
CH-1211 Genève 1
Tél. +41 22 311 24 66

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

Email fidu@ofisa.ch • www.ofisa.ch

 **EXPERT
SUISSE**
Certified Company

 **agn**
ASSURANCE
GÉNÉRALISTE

MEMBRES DES ORGANES DE LAUSANNE TOURISME EN 2018

COMITÉ DE DIRECTION

PRÉSIDENT	MEMBRES D'HONNEUR
ME WELLAUER PIERRE-OLIVIER	M. SCHWITZGUEBEL PIERRE Président
VICE-PRÉSIDENT	M. PETITPIERRE CLAUDE Membre
M. JUNOD GRÉGOIRE Syndic de Lausanne	
MEMBRES	
M. BRUNETTI STEFANO Président d'Hôtellerie Lausannoise	M. GEORGACOPOULOS ALEXIS Directeur de l'ECAL
M. DÉCOSTERD DENIS Conseiller de la Municipalité, Ville de Lausanne	M. GERMOND MARC* Médecin, co-fondateur CPMA/FERTAS
	M. PALLEY PIERRE-ALFRED Directeur, Banque Cantonale Vaudoise
	M. RAPP JEAN-MARC, DR H.C. Ancien recteur de l'Université de Lausanne
	M. WALTHER MICHEL Ancien Directeur général de la Clinique de la Source

CONSEIL DES DÉLÉGUÉS

* membres du Comité de direction

PRÉSIDENT		
ME WELLAUER PIERRE-OLIVIER*		
MEMBRES		
MME DEMONT HÉLÈNE Responsable communication, Mobimo Management SA	M. BRUNETTI STEFANO* Président d'Hôtellerie Lausannoise	M. HILDBRAND PIERRE-ANTOINE Conseiller Municipal, Directeur Sécurité et Economie, Ville de Lausanne
MME KÜNZLER-GLOOR CATHERINE Directrice, Hôtel du Marché	M. CHALENDAR ALAIN Directeur FNAC Lausanne, représentant du Trade Club	M. JUNOD GRÉGOIRE* Syndic de Lausanne
MME LITZISTORF NATACHA Conseillère Municipale, Directrice LEA, Ville de Lausanne	M. DÉCOSTERD DENIS* Conseiller de la Municipalité, Ville de Lausanne	M. MICHEL CLAUDE Directeur du Camping de Vidy
MME MUTTER CATHERINE Director Workplace Experience CH, Philip Morris Products S.A.	M. DUFAUT SÉBASTIEN Directeur du Service Marketing des TL	M. PALLEY PIERRE-ALFRED* Directeur, Banque Cantonale Vaudoise
M. BARBOTIN JORIS Directeur, Hôtel Mirabeau	M. FASSBIND ÉRIC Représentant de Gastro Vaud, section Lausanne (depuis le 07.06.2018)	M. PERNET JACQUES Vice-président de l'Association Romande des Hôteliers (ARH)
M. BLANCHARD DIDIER Senior Manager, Head of Business Development, Fondation Olympique pour la Culture et le Patrimoine	M. GEORGACOPOULOS ALEXIS* Directeur de l'ECAL	M. RAPP JEAN-MARC, DR H.C.* Ancien recteur de l'Université de Lausanne
M. BRESSENELE BERNARD Président de l'Union des Sociétés de Développement de Lausanne	M. GERMOND MARC* Médecin, co-fondateur CPMA/FERTAS	M. WALTHER MICHEL* Ancien Directeur général, Clinique de la Source
	M. GIRARDIER JEAN-PAUL Représentant de la Société Coopérative des Commerçants Lausannois	M. WEGMÜLLER THIERRY Représentant de Gastro Vaud, section Lausanne (jusqu'au 07.06.2018)

COMMISSION DES FINANCES

PRÉSIDENT
M. PALLEY PIERRE-ALFRED*
MEMBRES
M. BOURQUIN EMMANUEL
M. BRUNETTI STEFANO*
M. PERERA JOHNNY

ORGANE DE RÉVISION

OFISA S.A
SOCIÉTÉ FIDUCIAIRE ET DE CONSEIL

RÉTROSPECTIVE 2018



© swiss-image.ch

LAUSANNE, GRANDE CAPITALE VITICOLE

Le point commun de la cité vaudoise avec San Francisco et Bordeaux? L'excellence de ses vins! La capitale olympique a rejoint le «Great Wine Capitals Global Network», un réseau mondial qui rassemble dix métropoles internationales reconnues pour la qualité de leurs régions viticoles. Dans le canton de Vaud, celle de Lavaux est déjà inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO.

www.greatwinecapitals.com/capitals/lausanne-switzerland



© Beau-Rivage Palace

POP-UP HOTEL

«Through the Eyes of a Local» était le nom du thème Villes 2018 de Suisse Tourisme. Nos hôtes ont découvert les villes sous une perspective inédite, différente, voire surprenante. Les lieux les plus exaltants sont souvent bien cachés et accessibles uniquement aux initiés – ou grâce à eux. Il en va de même pour les Swiss Pop-Up Hotels, qui le temps d'un été, ont ouvert leurs portes sur des sites d'exception. Le Swiss Pop-Up Hotel lausannois était idéalement situé dans les jardins du Beau-Rivage Palace.

www.myswitzerland.com/fr-ch/swiss-pop-up-hotels



© Phillip Waterton

LE MUSÉE HISTORIQUE LAUSANNE RÉNOVÉ

Récemment rénové, le Musée historique présente une exposition permanente à la narration et à la scénographie totalement repensées. D'entrée de jeu, le choix s'annonce radical et ultra contemporain. Les murs se couvrent de couleurs sombres pour laisser place aux témoins de l'histoire de la ville mis en lumière de façon thématique et non plus linéaire. Parmi une machine Nespresso ou encore la tiare de Saint Amédée, évêque de Lausanne au XII^e siècle, la fameuse cravate chat de l'ancien syndic Daniel Brélaz rappelle qu'il fut aussi le premier écologiste au monde à siéger dans un parlement national en 1979.

www.lausanne.ch/mhl



© projet Pôle muséal, Lausanne / Aires Mateus, Portugal

PREMIÈRE PIERRE POUR LE MUDAC ET L'ELYSÉE

La première pierre de l'édifice destiné à accueillir le Musée de l'Élysée et le mudac dans Plateforme IO à Lausanne a été posée le 5 octobre 2018. Lancé au début du mois de juin, le chantier avance selon le calendrier et l'ouverture des deux musées est prévue en automne 2021. Ce chantier correspond à la deuxième étape de Plateforme IO, pôle muséal, ou «quartier des arts», qui verra le jour sur 25'000 m² à deux pas de la gare. Le premier bâtiment de ce projet, le Musée cantonal des Beaux-Arts, sera lui inauguré en octobre 2019.

www.plateformeIO.ch



© carine roth / cinematheque.ch

PREMIÈRE ÉDITION DES RENCONTRES DU 7^E ART LAUSANNE

Les Rencontres du 7^e Art Lausanne ou R7AL se sont tenues du 24 au 28 mars et ont accueilli plus de 3'500 spectateurs dans divers lieux culturels lausannois. L'ambition de ce festival lancé par le comédien vaudois Vincent Perez est de faire (re)découvrir des films cultes et participer à des débats et des rencontres uniques avec des intervenants de renommée internationale. Invité d'honneur, l'acteur américain Christopher Walken a reçu un prix récompensant l'ensemble de sa carrière.

rencontres7art.ch



© AFP

RENAUD LAVILLENIE AU FIRMAMENT D'OUCHY

Du saut à la perche place de la Navigation avec le Léman pour décor: pour le premier City Event de son histoire, Athletissima a placé la barre très haut lors de sa dernière édition. Huit des meilleurs perchistes au monde, dont le recordman, le Français Renaud Lavillenie, se sont mesurés devant la foule. Avec son saut de 5,91 mètres, ce dernier était bien le roi d'Ouchy.

lausanne.diamondleague.com



© Magic Leap, Inc 2018

LA STAR DE LA RÉALITÉ VIRTUELLE À L'EPFL

Affichant de très hautes ambitions dans le domaine de la réalité augmentée qui se profile comme l'une des prochaines révolutions technologiques, la start-up de Floride Magic Leap a annoncé en octobre 2018 l'ouverture d'un centre de recherche à l'EPFL. Son but: développer sa technologie en matière d'optique et de photonique. La société se lance dans une course contre son concurrent Microsoft. Elle a déjà levé 2 milliards de dollars auprès de gros acteurs comme Google et Alibaba.

www.magicleap.com



NOUVEAUTÉ DANS L'OFFRE CULTURELLE ESTIVALE

La Ville de Lausanne a proposé à ses habitants et leurs hôtes un nouvel événement: « Les Garden-Parties de Lausanne ». Au menu: de la culture durant cinq week-ends estivaux consécutifs et de façon itinérante, dans les parcs et au bord du lac. Un riche programme en plein air faisait la part belle à la musique, au cinéma, à la danse et aux arts de rue! Un succès confirmé qui sera à nouveau à l'ordre du jour en 2019.

www.lausanne.ch/lesgardenparties



LAUSANNE

CAPITALE OLYMPIQUE

RAPPORT ANNUEL 2018

ÉDITEUR RESPONSABLE
Lausanne Tourisme

SUIVI DE PRODUCTION
Nicole Seira, Éditions & RP

RÉDACTION
Anick Goumaz, rédactrice RP

DESIGN
Saentys

IMPRESSION
PCL Presses Centrales SA
Renens

Imprimé en Suisse
Mai 2019



LAUSANNE TOURISME & BUREAU DES CONGRÈS

Av. de Rhodanie 2 – CP 975
1001 Lausanne

T +41 21 613 73 73

E info@lausanne-tourisme.ch

www.lausanne-tourisme.ch

