



RAPPORT DE GESTION 2010



SOMMAIRE

4 LE MOT DU TEAM DE DIRECTION

4 LE MOT DU PRÉSIDENT

5 COMITÉ ET COMMISSIONS

6 RESSOURCES HUMAINES

- Collaborateurs
- Adaptation du Règlement du personnel
- « MOONLIGHT », le blog des collaborateurs de CMT
- Evaluation interne: le bilan

8 MARKETING

- Les valeurs de Crans-Montana
- Positionnement de la station
- Moyens de communication et nouveaux outils
- Événementiel
- Presse
- RP Vente
- Co-marketing
- Présence sur les marchés

14 INFORMATION & RÉSERVATION

- Concept INFO 2013
- Projet cartes de promenades
- Réservation: résultats et développements de la centrale de logements
- Mise en place d'un système de gestion d'entreprise

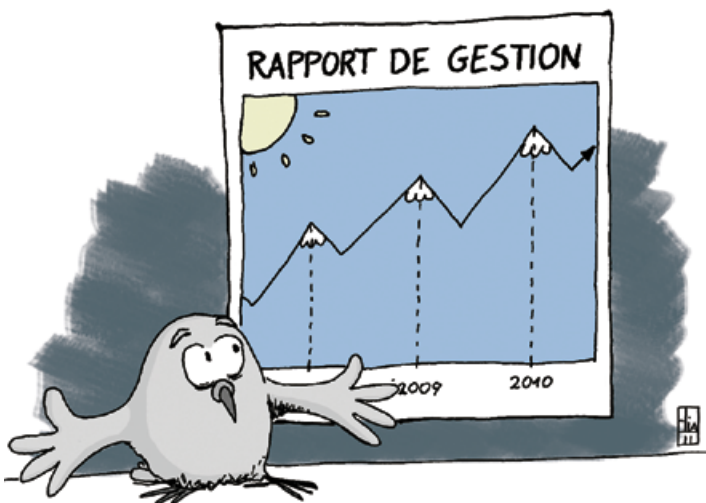
17 CENTRE DE CONGRÈS

- Chiffres et fréquentation en hausse
- Incentives
- Logements & Garage
- Restauration
- Tendances 2011

20 STATISTIQUES

23 FINANCES

29 RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION



LE MOT DU TEAM DE DIRECTION

Pour Crans-Montana Tourisme, l'exercice 2009/2010 n'a pas été anodin. D'abord parce que les comptes bouclent sur des chiffres noirs: alors que les indicateurs annonçaient des difficultés pour la branche touristique, c'est sur un bénéfice que CMT clôt ses comptes. Même constat réjouissant du côté du centre de congrès, avec davantage de jours occupés, de manifestations accueillies, permettant de renouer avec les chiffres record de 2007. L'exercice écoulé a aussi été marqué par la concrétisation d'un long travail amorcé voilà trois ans pour redéfinir les forces et valeurs de notre région touristique. Le plan d'action marketing et communication a positionné Crans-Montana, attirant l'attention d'une clientèle plus jeune, tout en mettant en avant la diversité et la qualité de notre offre touristique. Les attentes des clients accueillis à l'Office du tourisme ont évolué: si CMT n'a toujours pas la Maison du tourisme que l'on pourrait s'attendre à trouver dans une région de cette envergure, l'information au client a été améliorée, pour l'atteindre avec les outils de son temps. Des observateurs extérieurs, experts dans le domaine, ont souligné la cohérence dynamique du travail de communication accompli à Crans-Montana.

L'ambiance constructive au sein de CMT autour de ces défis relevés a montré combien cette équipe est soudée. Et lorsque le capitaine de cet équipage a dû quitter le navire, le cap n'a pas été perdu de vue. Merci à chaque employé de cette entreprise pour le travail réalisé, merci à celui qui a su instiller cette dynamique, merci à Dominique Fumeaux pour le travail accompli à la direction de Crans-Montana Tourisme.

LE MOT DU PRÉSIDENT

Le rapport de gestion 2010 vous permettra de mesurer l'efficacité de notre action, la mise en œuvre de nos objectifs et la concrétisation de nos 3 missions de base:

- 1) l'information et l'accueil
- 2) la promotion et la vente
- 3) l'animation et le marketing événementiel.

Notre comité, la direction, sous l'ère Fumeaux jusqu'au 30.09 2010 et lors de l'intérim avec Jean-Yves Rey, les cadres, le personnel CMT, les commissions, les membres (622 à ce jour), nos partenaires, tous ont contribué, à leur mesure, à faire de Crans-Montana une destination attractive.

Les motifs de satisfaction sont perceptibles notamment dans la restructuration interne qui a permis de mieux garantir la pérennité des informations et la solidité du groupe! A l'inverse, des aspects liés à la communication n'ont pas été suffisamment pris en compte!

Le choix de notre nouveau directeur, issu du milieu hôtelier, homme de contact et de terrain, rompu à l'exercice délicat de l'écoute, du dialogue, de l'accueil, de la persuasion, affiche clairement notre intention et nos attentes!

Notre station bouge mais doit mieux se profiler dans l'excellence.

L'événementiel gagne en puissance et en notoriété en affichant des rendez-vous prestigieux et incontournables comme l'Omégaeuropéanmasters, les Coupes du monde de ski, le Caprices Festival pour ne citer que les plus performants!

L'ACCM atteint sa vitesse de croisière et le prouve en mettant en œuvre la réalisation des projets d'envergure intercommunaux: complexes de la Moubra, d'YCoor, du Régent, le Manège...

La fusion des communes aborde une étape déterminante pour l'avenir de notre région!

CMT participe à cette contagion positive mais ne peut renoncer à se remettre en question: si les finances affichent une santé débordante, osons un budget plus audacieux, une ligne marketing plus agressive, des animations plus ciblées. Toutes ces actions confondues doivent tendre à un seul but: consolider nos résultats en termes de nuitées, voire les améliorer avec bien sûr le soutien de tous nos partenaires!

Notre présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) ouvre un autre créneau en adéquation avec notre site internet et 6ème dimension!

La mise en place prochaine par l'ACCM et CMT d'une politique du tourisme cohérente et innovante, le recadrement du centre de Congrès le Régent pour une gestion plus professionnelle et une optimisation de sa commercialisation, une revitalisation du marketing en y intégrant des moyens supplémentaires et des forces nouvelles au service de la station de Crans-Montana, voilà des défis qui doivent plaire à notre nouveau directeur à qui nous souhaitons la plus cordiale des bienvenues.

Tous nos vœux à Philippe Rubod qui ambitionne rien de moins que de faire de l'accueil à Crans-Montana la nouvelle référence des Alpes Suisses! Le pari est audacieux mais à la mesure de notre potentiel!

HUBERT BONVIN, PRÉSIDENT DE CMT

COMITÉ DE CMT 2010 À 2014 (ÉTAT DU 01.01.2011)

Président:	Hubert Bonvin	Ecoles, instituts, cliniques d'altitude
Vice-présidente:	Géraldine Bestenheider	Hôtellerie
Membres:	Arthur Clivaz	Remontées mécaniques, transports
	Nicolas Tailens	Commerçants, professions libérales
	Manuel Espejo	Parahôtellerie
	Nicolas Masserey	Ecoles de ski
	Phillip Pingan Zhan	Cafetiers-restaurateurs
	Venance Bonvin	Confrérie du bâtiment
	Jacques Gasser	Conseiller communal Mollens
	Claude Robyr	Conseiller communal Montana
	Aimé Bonvin	Conseiller communal Lens

COMMISSIONS

Les commissions sont des organes consultatifs et de conseil dont le président est issu, en principe, du comité de CMT. Elles sont dépendantes du comité de CMT. Elles font des propositions au comité et sont consultées chaque fois que ce dernier le juge nécessaire pour préavis.

CMT tient à remercier toutes les personnes actives dans les commissions de CMT qui, par leur engagement et leur disponibilité, ont effectué un travail soutenu et efficace.

Commissions	Présidents	Membres	Fonctions
Finances	Claude Robyr		Conseiller communal Montana
		Hubert Bonvin	Président CMT
		Arthur Clivaz	Remontées mécaniques, transports
		Jacques Gasser	Conseiller communal Mollens
		Jean-Yves Rey	Resp. Administratif CMT
		Yves Rochat	Parahôtellerie
Marketing	Nicolas Tailens		Commerçants, professions libérales
		Joseph Bonvin	Hôtellerie
		Manuel Espejo	Parahôtellerie
		Jean-Daniel Clivaz	Cafetiers-restaurateurs
		Hubert Bonvin	Président CMT
		Xavier Bianco	Resp. Marketing CMT
		Phillip Pingan Zahn	Cafetiers-restaurateurs
		Arthur Clivaz	Remontées mécaniques, transports
		Giovanni Tamaro	Directeur marketing Loterie Romande
Congrès	Géraldine Bestenheider		Hôtellerie
		Nicolas Tailens	Commerçants, professions libérales
		Nicolas Masserey	Ecoles de Ski
		Christophe Walther	Activités incentives
		Aimé Bonvin	Communes
		Hubert Bonvin	Président CMT
		Laurence Herren	Responsable Congrès CMT

**TOTAL PERSONNEL DE CMT ET DU CENTRE DE CONGRÈS LE RÉGENT AU 01.01.2011 :
23.8 PERSONNES À 100%**

	Nom	Fonction	Localisation	% temps de travail
Direction	FUMEAUX Dominique	Directeur (jusqu'au 30.09.2010)	Montana	100%
Secteurs spécifiques	KÜNZI Thierry	Informatique	Montana	100%
	EMERY MAYOR Danielle	Communication	Montana	40%
	REY GUNTERN Fabrina	Ressources humaines	Montana	40%
Information & Réservation	CLIVAZ Florence	Assist. direction et resp. information & réservation	Montana	100%
	BEUCHAT Valérie	Information & réservation	Montana	60%
	DARBELLAY Caroline	Information & réservation	Crans	100%
	HUBER Viviane	Information & réservation	Aminona	auxiliaire
	KUONEN PETTER Susanne	Information & réservation	Crans et Montana	40%
	NEVEU Irène	Information & réservation	Crans et Montana	auxiliaire
	PERREN Doris	Information & réservation	Montana	100%
	MIEL Céline	Centrale de réservation	Régent	60%
	RAPPO Flavien	Centrale de réservation	Régent	100%
	ZWISSIG Isabelle	Information & réservation	Crans, Montana, Régent	60%
Administration	REY Jean-Yves	Resp. administration et finances (direction ad interim jusqu'au 14.02.2011)	Régent	100%
	GEORGE Elisabeth	Administration	Régent	100%
	BONVIN Sylvie	Taxe de séjour	Régent	80%
	SALAMIN Martine	Taxe de séjour	Régent	100%
Congrès	HERREN Laurence	Responsable congrès	Régent	70%
	DUCA Alexandre	Technique	Régent	100%
	RAOULT Morgan	Technique	Régent	100%
	BREGY Steve	Congrès, séminaires, incentives	Régent	100%
Marketing	BIANCO Xavier	Responsable marketing	Montana	100%
	MORARD Emilie	Promotion	Montana	100%
	CAPORASO Patrizia	E-marketing	Montana	60%
	CLAVIEN Christiane	Relations publiques	Montana	50%
	NANCHEN Benjamin	Partenaires	Montana	60%
	PASTORE Virginie	Produit	Montana	100%
	CORDONIER Jessica	Animations	Montana	100%
	IANCHELLO Sandra	Manifestations	Montana	100%

ADAPTATION DU RÈGLEMENT DU PERSONNEL

Le règlement du personnel a été revu dans son ensemble et complété par des directives annexes plus détaillées. Le personnel dispose depuis 2010 d'une base de travail précise et à jour, qui règlemente les activités de chacun.

«MOONLIGHT», LE BLOG DES COLLABORATEURS DE CMT

Nous avons décidé de créer un blog pour le personnel de CMT afin de répondre à quelques objectifs de communication interne:

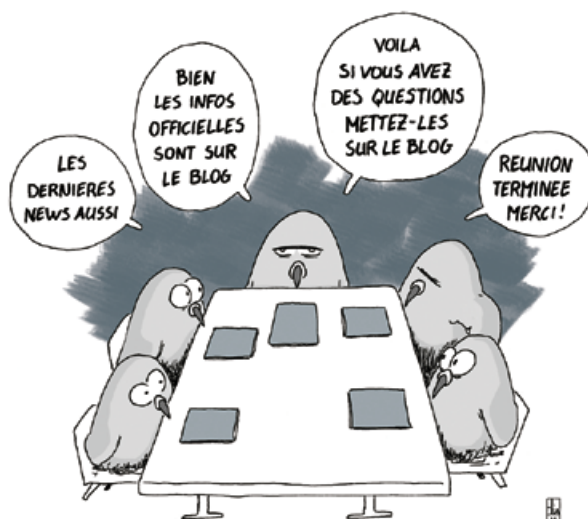
1. améliorer la communication en fournissant une plate forme directe ouverte et utilisée par tous
2. faire transiter les informations officielles, les nouveautés, les découvertes, de manière plus directe et plus rapide, à l'ensemble du personnel
3. diminuer le sentiment de cloisonnement entre secteurs, lieux de travail et responsabilités

Ce blog est le lieu où chacun peut (et même devrait) déposer les informations qu'il désire partager, celles qu'il juge importantes, les remarques et les préoccupations qu'il aimerait transmettre, les suggestions ou demandes de conseils, etc.

Le blog est le lieu où l'on pourra sentir vivre l'entreprise avec ses bonheurs et ses soucis, ses projets et ses ambitions. Le blog est ouvert à tous les employés.

Chacun est autorisé à poser un billet et/ou ajouter un commentaire à un billet déposé. Le blog est un univers dédié à l'expression, mais il reste lié à certaines règles du jeu indispensables.

Par cette plateforme de communication, Crans-Montana Tourisme désire ouvrir un espace de communication rempli de positif et de volonté de transmettre, de partager, de comprendre et d'évoluer. A noter que ce blog n'est pas accessible à d'autres personnes que les collaborateurs de l'entreprise.



EVALUATION INTERNE 2010

Un bilan des évaluations du personnel réalisées en 2010 a été effectué. Voici les principaux résultats que l'on peut commenter. Comme en 2009, l'ambiance générale est positive et cela se ressent clairement! Le personnel de Crans a vécu un changement non négligeable avec le déménagement de son bureau. Par ce déménagement, certains collaborateurs se sentent un peu plus isolés, d'autres ont intégré le Centre de congrès le Régent et sont satisfaits de la nouvelle ergonomie de leur bureau. Les points à améliorer dans les différents départements sont les suivants:



- amélioration de la répartition des tâches entre collaborateurs,
- meilleure répartition de travail selon les périodes de l'année,
- optimisation de la communication entre les départements Information & Réservation et le Marketing,
- amélioration de la gestion de projet et de l'implication de certains secteurs, certains collaborateurs désirant un plus grand nombre de séance par département afin d'avoir une meilleure coordination de leur travail.

Les habitudes de la clientèle changent; le client désire vivre des expériences hors du commun, il est très mobile, part en vacances moins longtemps, mais plus souvent. Le grand changement pour le tourisme en 2010, c'est aussi et surtout l'émergence d'internet et des nouveaux moyens de communication, des outils qui modifient les habitudes de consommation de l'information:

- 77% des jeunes connectés dans le monde préféreraient vivre sans télévision plutôt que sans internet (source: New Paradigm)
- 8 internautes sur 10 préparent leurs vacances sur internet (GFK - Etude Médiamétrie)
- 74% des internautes utilisent un moteur de recherche pour trouver le lieu de leur séjour

Le département marketing de Crans-Montana Tourisme adapte ses actions en tenant compte du développement des technologies de l'information et de la communication, et donc des nouvelles habitudes des consommateurs, mais sans jamais perdre de vue les valeurs de la marque Crans-Montana.

LES VALEURS DE CRANS-MONTANA

L'important travail sur le positionnement d'image de la station de Crans-Montana débuté il y a trois ans a été poursuivi en 2010. Il peut être utile de rappeler les valeurs de la marque faisant ressortir **les spécificités de Crans-Montana:**

- L'humain
- Le mouvement
- La diversité
- La vitalité
- La qualité excellence
- Le bien-être
- Le contraste
- La pureté

Pourquoi **l'humain**? Parce que c'est aussi à travers lui que se définit notre région. Le Valaisan possède cette force de caractère forgé par la nature, une mentalité conviviale et un sens des valeurs. **Qualité et excellence:** deux mots qui rappellent que Crans-Montana affiche plusieurs labels, Valais Excellence, Cité de l'énergie, Familles bienvenues. Autant de valeurs et d'engagements qu'il s'agit de proclamer et mettre en avant. **Le mouvement**, l'action: voilà qui expriment notre variété d'offres sportives et de loisirs. Et finalement **le bien-être**, pas seulement synonyme de thermalisme et soins du corps, mais aussi le plaisir d'être dans la nature, de s'y ressourcer, de profiter du soleil et de l'air pur.

A cela s'ajoutent des spécificités de Crans-Montana que quelques mots résumant: **diversité** (en terme d'activités, de logement, de restauration, de shopping); **contraste** (entre l'aspect urbain et la nature toute proche), **vitalité et pureté** (qui rejoignent le mouvement, l'action et le bien-être).

POSITIONNEMENT DE LA STATION

En partant de ces valeurs, Crans-Montana Tourisme a défini clairement le positionnement de la station:

« CRANS-MONTANA EST UNE PETITE VILLE À LA MONTAGNE OFFRANT UNE GRANDE DIVERSITÉ D'ACTIVITÉS POUR TOUTE LA FAMILLE DANS UN CADRE NATUREL EXCEPTIONNEL BAINÉ PAR UN CLIMAT MÉDITERRANÉEN. »



Il est important de signaler que, pour la promotion, nous mettons en avant la diversité des activités, où chaque membre de la famille trouve son bonheur, comme l'a confirmé le sondage de l'Institut MIS Trend sur le domaine skiable.

Le Consomm'acteur participatif, collaboratif, contributif
Avec l'essor d'internet, des blogs et des réseaux sociaux, le consommateur ne se contente plus de venir sur un lieu de vacances, il devient participatif, c'est-à-dire qu'il va dire «J'aime» ou «Je n'aime pas»; il devient collaboratif c'est-à-dire qu'il va conseiller à ses amis d'y aller ou de ne pas y aller, et enfin il devient contributif, argumentant sur les raisons d'y aller, ou non. 74% des internautes font confiance aux recommandations, contre 14% à la publicité. Voilà qui nous incite à prendre conscience davantage encore de l'importance d'investir dans la qualité du produit et des services.

Plan d'action pour communiquer nos valeurs

1. Unification de la communication

La nouvelle ligne graphique, une ligne jeune et dynamique, nous a permis d'obtenir un effet de reconnaissance, elle symbolise le mouvement, l'action, et grâce aux nombreuses nouveautés en station (ouverture d'hôtels-restaurants-magasins, domaine skiable...), l'image de la station est rajeunie.

2. Visite virtuelle de station

En plus de la grande diversité qu'offre la station, Crans-Montana possède deux grands avantages qui nous démarquent de la concurrence, à savoir le panorama et l'ensoleillement. Afin de mettre en avant ces deux atouts, nous avons créé une visite virtuelle de station avec des images panoramiques 360° qui permettent au client, via notre site internet, de se promener virtuellement été et hiver en station, dans les hôtels, restaurants, magasins et sur le domaine skiable.

3. Nouvelle banque de données d'images, nouveaux films

Crans-Montana Tourisme a également créé une nouvelle banque de données d'images en mettant l'humain au centre de l'action, ce qui fait lien avec nos valeurs et nous a permis de renouveler nos visuels. Des petits films de 1min-1min 30 ont été réalisés et diffusés sur les sites internet permettant le partage de vidéos.

4. Passage d'une promotion papier à une promotion web

En lieu et place d'une version assez conséquente de la brochure de station qui comportait deux versions (été et hiver), nous sommes passé à une brochure promotionnelle annuelle beaucoup plus légère, plus visuelle, avec pour but de faire découvrir la station à ceux qui n'y sont pas encore. Cette brochure a été complétée par Le Guide, une petite brochure qui tient dans la poche et contient toutes les informations de station dont l'hôte a besoin durant son séjour.

MOYENS DE COMMUNICATION ET NOUVEAUX OUTILS

Objectifs

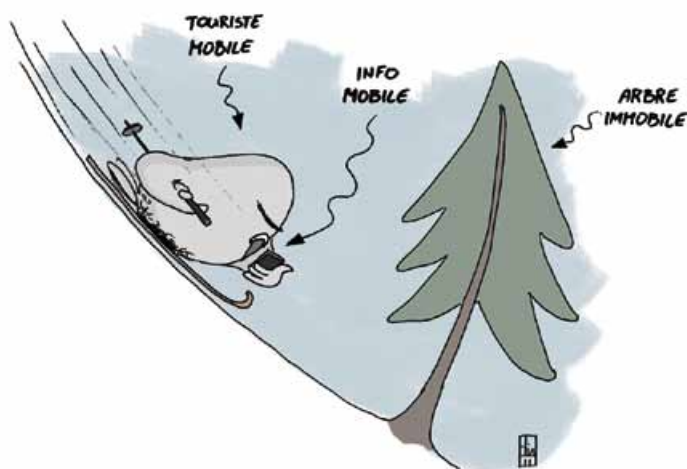
- Accompagner le client de sa réservation à la fin de son séjour
- Amener l'information au client
- Pousser le client à consommer davantage

La création du système de base de données Sunshine propre à Crans-Montana Tourisme nous permet d'être en avance sur les concurrents. Ce système nous a permis de développer rapidement de nouveaux outils ayant pour but d'accompagner le client de sa réservation jusqu'à la fin de son séjour et faire en sorte qu'il ait accès à toute l'information en tout temps. Pour mémoire, le projet Sunshine est un système qui nous a permis de regrouper toutes les listes d'information sur une base de données centralisée qui alimente tous nos canaux d'information et rend la mise à jour simple, immédiate et performante.

Communication Mobile

Le tourisme, comme les autres branches économiques, voit le déploiement des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) changer sa manière de travailler. Crans-Montana Tourisme a suivi de près ces évolutions et adapté ses supports en conséquence.

2903 téléchargements application Android en une année
1492 téléchargement application iPhone durant les trois premiers mois
79% d'augmentation de trafic sur le site mobile de la station durant mois de novembre par rapport à octobre, contre 34% pour le site internet



Nous avons développé une version mobile du site internet de la station, complétée par des applications iPhone et Android, Crans-Montana a été station pilote choisie par la HES-SO pour tester un projet de communication via téléphone mobile grâce à la technologie Bluetooth. La prochaine étape sera d'intégrer la réalité augmentée, et beaucoup d'interactivité sur le domaine skiable et via les réseaux sociaux.



Répartition géographique des visites sur internet

Pays/Territoire	2009	2010	Variation
Switzerland	487'924	539'105	+10.49%
France	96'343	114'072	+18.40%
Italy	98'218	111'893	+13.92%
Germany	81'578	88'331	+8.28%
Benelux	142'670	143'810	+0.80%
United Kingdom	42'498	38'948	-8.35%
United States	17'318	13'586	-21.55%
Spain	10'347	13'553	+30.98%
Russia	5'092	5'556	+9.11%
Sweden	3'905	4'712	+20.67%
Divers	47'151	61'896	+31.27%
Total	1'033'044	1'135'462	9.91%

Pages vues

Site	2009	2010
mobile.crans-montana.ch	0	21'502
www.crans-montana.ch	1'033'044	1'113'960
Total	1'033'044	1'135'462

Mini cartes info

Suite à la création du canal d'information via la télévision et du site www.infocmt.ch (permettant aux prestataires d'avoir accès en tout temps aux bases de données de l'Office du tourisme) nous avons développé un concept permettant aux prestataires de présenter l'offre de station de manière unifiée. Pour cela nous avons créé des mini-cartes thématiques: hébergement-restauration-activités... Chacune affiche un QR Code (code barre en deux dimensions qui permet, grâce à une petite application utilisant une simple photographie, à un téléphone d'accéder à un contenu numérique). Ce code photographié ouvre la page complète du prestataire. Ces cartes sont disposées sur un présentoir en bois.



Réseaux sociaux et communautés virtuelles

Avec les 8000 fans sur la page Facebook de Crans-Montana à fin 2010, l'Office du tourisme peut facilement communiquer et interagir avec cette communauté. Ces personnes aiment la station et sont de très bons ambassadeurs s'ils sont satisfaits de ce qu'ils trouvent chez nous et de leur séjour. Les ambassadeurs, qu'ils soient des personnes que nous rencontrons comme les fans sur Facebook ou ceux qui relaient nos messages dans leur réseau via Twitter, sont importants.

Présence indispensable sur les réseaux sociaux

550 millions d'utilisateurs recensés à fin 2010 sur Facebook

Plus de 200 millions de blogs dans le monde (dont celui du journal local Sixième Dimension, actif depuis 4 ans dans le suivi de l'actualité de Crans-Montana) Plus les bloggeurs parlent d'une marque, plus son référencement s'améliore

CITATION DU BLOG LEADER DE L'E-TOURISME

www.etourisme.info

« Et en parcourant l'ensemble des réalisations de cette station de montagne, j'ai été soufflé par la cohérence de la stratégie marketing et internet de l'office du tourisme de Crans-Montana »



Réseau Wifi de station

Afin de répondre à la demande croissante de nos clients, qui sont connectés perpétuellement via leur ordinateur ou leur mobile, Crans-Montana a développé une infrastructure afin que les partenaires puissent offrir l'accès au WiFi gratuit à leurs clients, ce à des coûts très raisonnables. Les clients doivent s'identifier en donnant leur adresse électronique, sur laquelle ils reçoivent un mot de passe qui leur permet par la suite de surfer gratuitement. Tous les lieux partenaires sont mis en évidence sur une page d'accès où sont positionnés les lieux offrant le WiFi.

ÉVÉNEMENTIEL

Crans-Montana Tourisme s'est donné pour objectif de développer un réseau d'ambassadeurs de la station en les rencontrant et les invitant aux grands événements internationaux soutenus par la station. Les retombées de l'événementiel en terme médias et images représentent un gros plus pour la station et restent une priorité.



La plage Trop'Yc, la venu de la Nati, Crans-Montana Art Discovery, ...

PRESSE

Comparaison entre exercice - Nombre d'article

Categorie	2008-2009	2009-2010	Evolution
Internet	616	1'367	+121.92%
Médias imprimés	1'553	1'991	+28.20%
Médias Radio/TV	98	180	+83.67%
Total	2'267	3'538	+56.07%

Répartition par catégorie - Nombre d'article

Categorie	Articles 2009-2010
Événement	2'148
Economie politique	266
Partenaires	188
Activité	390
People	156
Hôtellerie	121
Ski	65
Golf	37
Congrès & Séminaires	32
Crans-Montana Tourisme	29
Divers	321
Total	3'753

Un peu moins de 800 articles concernant les camps d'entraînement de la Coupe du Monde de Football ont mentionné Crans-Montana.

L'hôtellerie, et notamment les établissements luxe, contribuent à la renommée de Crans-Montana.

Répartition par événement

Événement	Articles 2009-2010
Coupe du Monde de Football 2010	797
Course internationale de ski alpin	468
Omega European Masters	374
Caprices Festival	158
Cristal Festival	45
Forum de Crans-Montana	34
Tour de Suisse	26
Gant Jumping Horse Show	19
Tour de Romandie	18
Divers	209
Total	2'148

500 articles Internet ont suivi les camps d'entraînement de la Coupe du Monde de Football 2010.

La ferveur des supporters tunisiens pour leur équipe est remarquable, de nombreux blogs ayant traité du sujet.

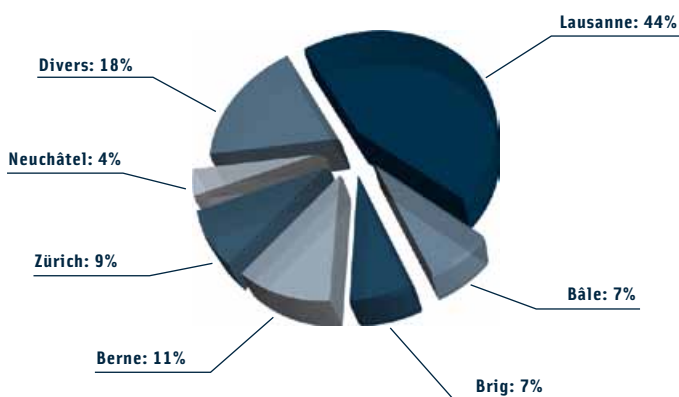
En parallèle des différentes campagnes de Suisse Tourisme et Valais Tourisme, d'importantes collaborations ont été réalisées avec le TGV Iyria, Aston Martin, et railway, les chiffres de railway sont prometteurs:

Statistiques Railway par type de forfaits

Forfaits	2008-2009	2009-2010	Evolution
1 jour	613	699	+14.03%
2 jours	1'553	400	+25.39%
6 jours	0	82	-

L'action 6 jours n'existe que depuis l'exercice 2009-2010.

Répartition par ville en 2009-2010



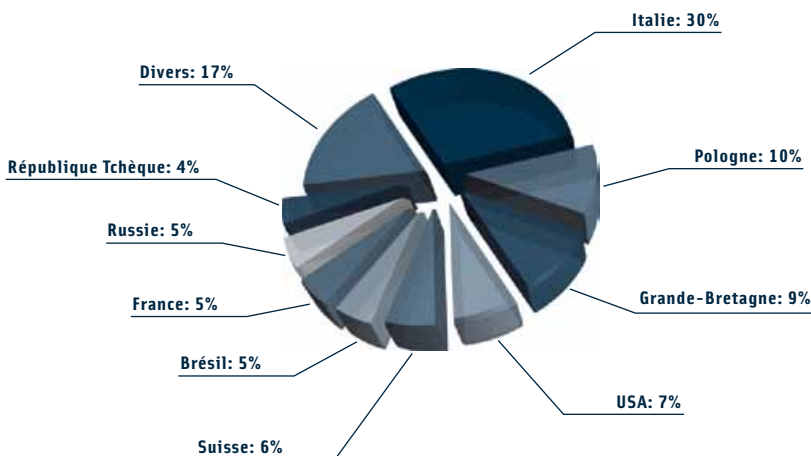
Contacts réalisés par CMT à Crans-Montana

Type	2009-2010
Fam Trip	22
Séjour media	62
Total	84

La plupart des contacts sont faits à Crans-Montana (Fam Trip et Séjour média).

Répartition des contacts par pays - 2009-2010

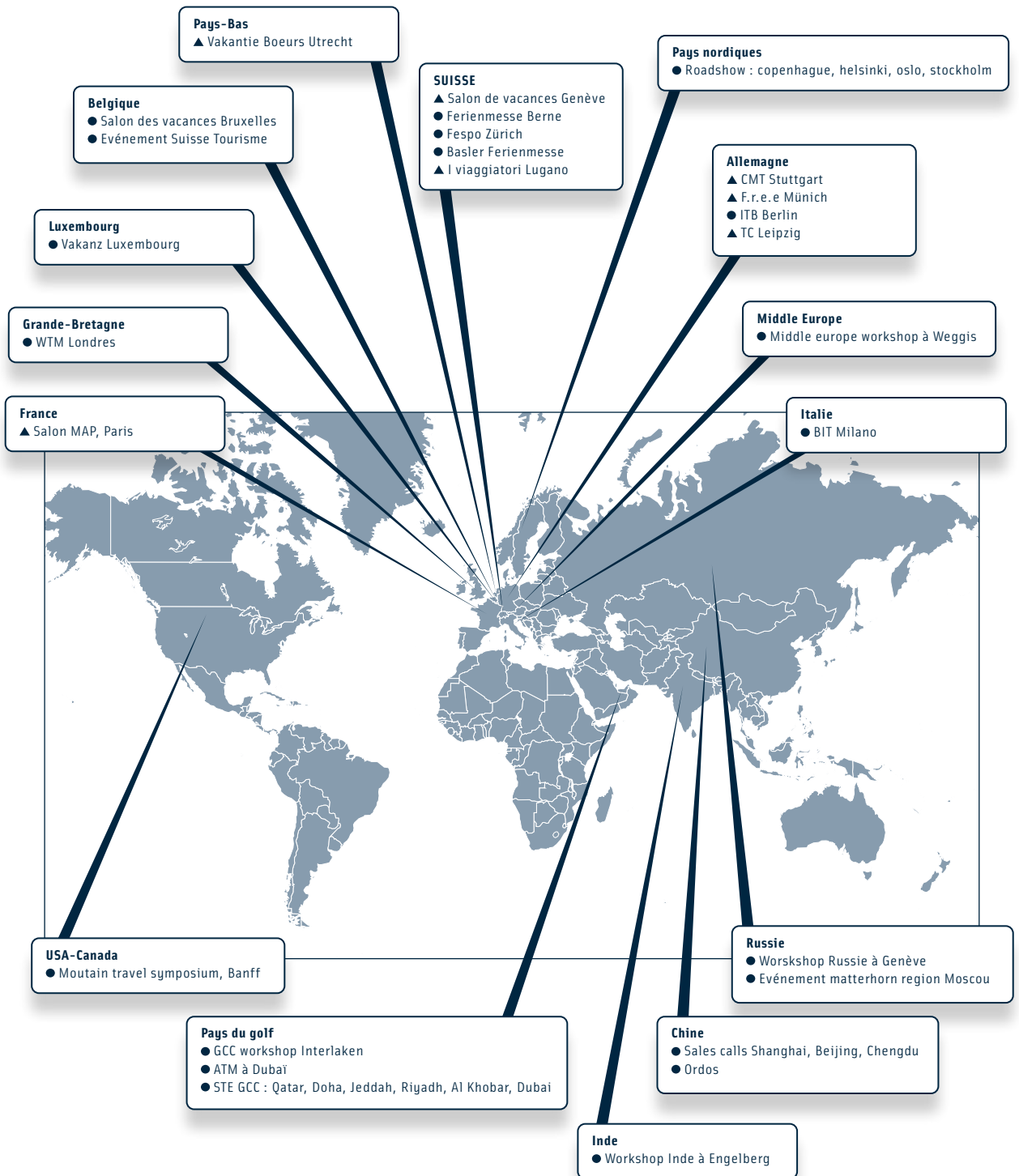
Un contact est une personne représentant un média ou un TO. Les équipes TV sont comptées comme un seul contact. La collaboration avec Suisse Tourisme et Valais Tourisme est un vrai plus pour CMT.



Présence sur les marchés

● Crans-Montana était présente avec Suisse Tourisme, Matterhorn region ou a titre individuel.

▲ Crans-Montana était représentée par Valais Tourisme ou Mattherhorn region.



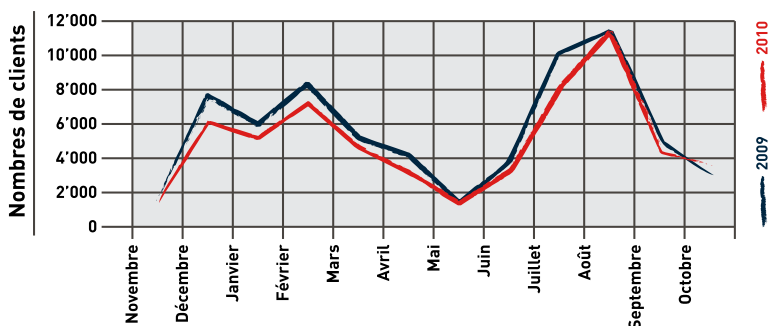
CONCEPT INFO 2013

Les attentes de la clientèle que nous accueillons à nos guichets de l'office du tourisme ont beaucoup évolué ces dernières années. En effet, grâce à la grande variété de nouveaux canaux d'informations existants créés par Crans-Montana Tourisme, le client a souvent déjà connaissance de l'offre complète de la station avant même son arrivée. Une fois à Crans-Montana, il dispose également de multiples supports d'information, sans passer par nos bureaux d'accueil. Ceci implique un changement de ses attentes et de ses besoins par rapport au guichet de l'office du tourisme.

Pour pouvoir répondre au mieux aux nouvelles habitudes du client et afin de rendre sa visite dans notre office du tourisme aussi agréable et profitable que possible, la réflexion «INFO 2013» est en cours pour repenser nos sites d'information et l'accueil à nos guichets. Ce projet d'aménagement de l'espace d'accueil de la future maison du tourisme a été lancé en 2010 et il s'étendra sur trois ans.

CONNAISSANCE CLIENT

Fréquentation des guichets de Crans, Montana et Aminona durant l'année 2009/10

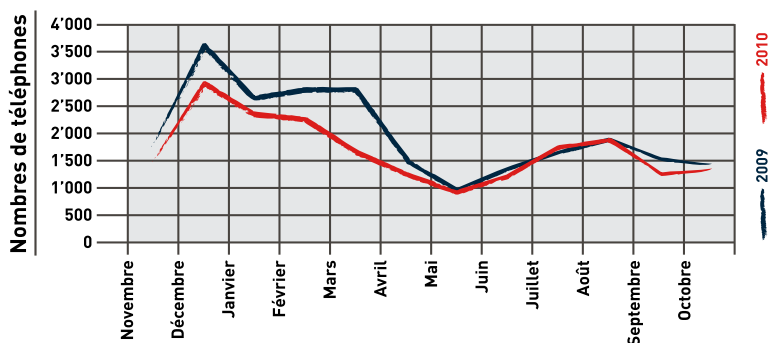


Une baisse de fréquentation des guichets de 10 pourcent pour l'année 2009/10 est notée.

La baisse la plus marquée est relevée durant les mois de décembre (-20%) et d'avril 2010 (-23%). A relever une augmentation de 22% de fréquentation durant le mois d'octobre 2010.

Pendant les quatre mois les plus fréquentés que sont décembre, février, juillet et août, nos guichets ont accueilli en moyenne 272 hôtes par jour.

Nombre d'appels téléphoniques durant l'année 2009/10



Une baisse du nombre d'appels téléphoniques de 16 pourcent pour l'année 2009/10 est relevée.

La baisse la plus marquée est notée durant les mois de mars (-41%) et de septembre 2010 (-20%).

Durant les mois les plus chargés au niveau des téléphones que sont décembre, janvier et février, nous avons enregistré une moyenne de 84 appels par jour.

Cette baisse de fréquentation des guichets de l'Office du tourisme, ainsi que du nombre d'appels téléphonique, reflète en partie les nouveaux comportements des clients, qui obtiennent désormais davantage leurs renseignements par le biais des nouveaux supports technologiques d'information mis en place par CMT, sans avoir besoin de passer par l'Office du tourisme.

Sondage clientèle

Nous nous efforçons constamment de proposer un service de qualité adapté aux besoins de notre clientèle. C'est pourquoi, depuis février 2010, les hôtes qui fréquentent nos guichets sont invités à remplir un sondage. Ce questionnaire est destiné à connaître leurs habitudes et leurs attentes vis-à-vis de l'Office du tourisme. Deux séries de demandes sont posées, selon que le client est un habitué de la station ou qu'il vient pour son premier séjour.

Les résultats de ce sondage nous fournissent des indicateurs importants sur lesquels nous allons baser notre réflexion concernant l'aménagement de notre site d'information du futur.

Les tendances qui ressortent de ce sondage et des observations réalisées dans nos guichets en 2010:

- Les renseignements demandés sont plus pointus et précis qu'auparavant. Ils viennent compléter ceux déjà obtenus par le client par le biais d'autres canaux d'information, principalement internet.

- Le client ne vient plus seulement à l'Office du tourisme pour planifier les activités de son séjour. Il souhaite désormais aussi y acquérir un maximum de prestations et services de la station, pour gagner du temps et mieux pouvoir profiter de ses vacances. Pour le 79% des personnes interrogées jusqu'à maintenant, l'Office du tourisme doit être un point de vente de toutes les

principales prestations de la station. La vente des forfaits de ski, la réservation de logements, l'accès gratuit au WiFi sont par exemple des services très demandés et appréciés.

- De plus en plus, les clients fréquentent nos guichets pour obtenir des conseils et avis personnalisés de la part de personnes qui connaissent Crans-Montana, sur des établissements ou activités. Ainsi, le service à la clientèle a tendance à évoluer. Le temps et l'attention consacrés à chaque client pour lui concocter un programme personnalisé deviennent plus importants.

- Les attentes des clients augmentent vis-à-vis des activités et prestations dans la station. Ils attendent de la variété et de la qualité. Ils cherchent à vivre durant leur séjour des expériences uniques.



AMÉNAGEMENT GUICHETS

L'aménagement des guichets d'accueil de Crans-Montana Tourisme a subi d'importants changements en 2010. En effet, le 15 juillet dernier, le guichet de Crans situé au Scandia a été déplacé à la rue Centrale. Le nouvel emplacement de l'OT de Crans est mieux adapté, beaucoup plus centré et dans un lieu de grand passage. Le local est plus intimiste et bien agencé. Sa conception répond mieux aux besoins actuels des clients, ainsi qu'à notre nouvelle vision de l'accueil. Les guichets séparés et fermés du Scandia ont été remplacés par un espace ouvert avec un grand comptoir. L'Office est également doté de nouveaux outils technologiques, notamment d'un écran tactile qui offre une présentation interactive de la station et de l'accès WiFi proposé gratuitement aux hôtes.

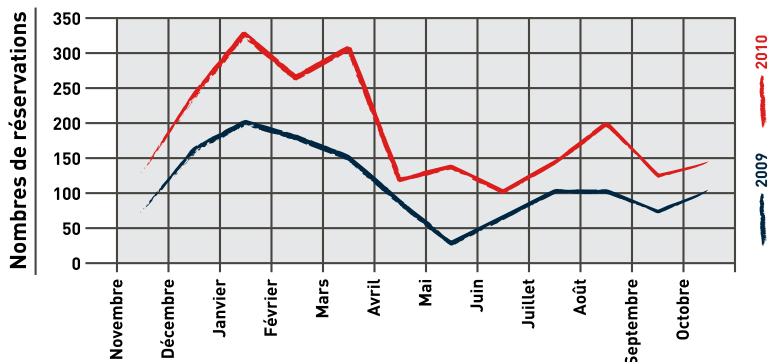
Ce nouveau bureau de Crans est une étape qui s'inscrit dans le projet «INFO 2013» de réaménagement de nos espaces d'accueil et qui devrait aboutir, à moyen terme, à la maison du tourisme. Il nous permet d'imaginer des possibilités que nous pourrions valider lorsque nous réaliserons notre maison du tourisme.

PROJET DE CARTES DE PROMENADES

Un projet de réédition de nos cartes de promenades est en cours. Pour cela, tout le concept global des cartes de randonnée à Crans-Montana a été repensé. Le but est de proposer une gamme complète de cartes avec un même visuel et contenant des propositions de promenades adaptées aux besoins de chaque type de clientèle. L'accent sera mis sur les images pour une meilleure représentation et sur la facilité de lecture. Les deux premières cartes, celle topographique destinée aux randonneurs et celle des balades d'été, paraîtront au printemps 2011. La carte des balades et activités hivernales sera disponible en décembre 2011. Un plan VTT viendra également compléter l'assortiment dès 2012.

RÉSERVATION: RÉSULTATS ET DÉVELOPPEMENTS DE LA CENTRALE DE LOGEMENTS DU 01.11.2009-31.10.2010

Le chiffre d'affaire de la centrale de réservation est de CHF 1,47 million pour un total de 2198 réservations. Une augmentation du nombre de réservations de 68% a été enregistrée par rapport à l'année 2008/09. Le 77 pourcent de nos réservations ont été conclues sur internet.



Les clients ont effectué le plus grand nombre de réservations pendant les mois de janvier (323) et mars (302) 2010.

Les réservations se répartissent de la manière suivante:

- 1683 en hôtel, soit **une augmentation de 97%** par rapport à l'année précédente
- 304 en appartement, soit une augmentation de 15 % par rapport à l'année précédente
- 52 en appartement de propriétaires privés (pas de comparaison possible avec l'année précédente puisque l'introduction des propriétaires privés dans notre centrale date de septembre 2009).

Durant cette année 2009/10, la centrale de réservation s'est beaucoup diversifiée, ce qui explique cette augmentation, principalement des réservations hôtelières.

RÉSERVATIONS DE CONGRÈS

En octobre 2009, tous les contingents destinés aux congrès ont été introduits sur notre plateforme de réservation et les congressistes réservent leur chambre d'hôtel par ce biais. Cela signifie que l'ensemble des réservations réalisées par Crans-Montana Tourisme passe désormais par notre centrale. Ainsi, pour cette année, les réservations de congrès représentent le 11 pourcent du total des réservations. Il est à préciser que ces réservations sont uniquement hôtelières et expliquent en partie l'importante augmentation constatée ci-dessus.

AUGMENTATION DU NOMBRE D'OBJETS EN LOCATION

Le but est d'offrir un choix toujours plus étoffé au client sur une même plateforme ce qui lui permet de connaître facilement les disponibilités de chaque logement sur internet, sans avoir besoin de prendre contact avec le prestataire au préalable, et de conclure simplement sa réservation.

Ainsi, 50 objets ont rejoint la plateforme durant l'année 2009/10, soit en détail:

- 1 hôtel
- 15 appartements d'agences immobilières
- 34 appartements de propriétaires privés

Cela représente un total de 556 objets disponibles sur la centrale de réservation, soit:

- 34 hôtels
- 460 appartements d'agences immobilières
- 58 appartements de propriétaires privés
- 4 autres

NOUVEAUX CANAUX DE DISTRIBUTION

Depuis décembre 2009, un nouveau module de Channel Management a été introduit sur TOMAS®, permettant aux prestataires une introduction unique de leurs contingents pour parution directe sur tous les systèmes de réservations rattachés. Plusieurs canaux de distribution ont été rattachés durant cette année 2009-10 (Venere, STC), le plus important étant Booking.com qui, à lui seul, représente le 22% du total des réservations de la centrale. Via Booking.com, il s'agit uniquement de réservations hôtelières, ce qui explique également l'importante augmentation constatée dans l'hôtellerie.

De nouveaux canaux seront régulièrement connectés au système TOMAS® pour une plus grande diffusion et visibilité des hébergements de Crans-Montana.

FORAITS ET OFFRES SPÉCIALES

Ci-dessous le nombre de réservations de nos principaux forfaits:

100% ski: 30 (-48% par rapport à 08/09)

Groupe Mutuel: 25 (une de mois qu'en 08/09)

Caprices: 69 (+44% par rapport à 08/09)

MISE EN PLACE D'UN SYSTÈME DE GESTION D'ENTREPRISE

Au printemps 2010, le système de gestion de notre entreprise a été finalisé. Entièrement réalisé par notre informaticien et complètement intégré sur la plateforme Sunshine (déjà présentée dans le rapport 2008), il permet un suivi précis de l'ensemble des tâches et des projets de l'entreprise. Cet outil performant garantit désormais la pérennité des informations et la continuité et solidité de l'équipe, y compris lors de départs ou de changements d'organisation.

CENTRE DE CONGRÈS LE RÉGENT

L'année 2010 peut-être qualifiée d'excellente pour le centre de congrès. Après une année marquée par la crise économique mondiale et la non reconduction, depuis 2 ans déjà, de deux forums d'envergure (le Dialogue du Savoir et le Geneva Trade Forum), les chiffres sont encourageants. L'an passé, le trou laissé au mois de septembre par les deux congrès qui n'avaient pas pu être remplacés, avait grevé le résultat global. Grâce à la reprise économique d'une part, d'autre part à la qualité du travail fourni notamment en décrochant de nouvelles manifestations, ou encore en développant un nouvel événement en partenariat (Crans-Montana Art Discovery).

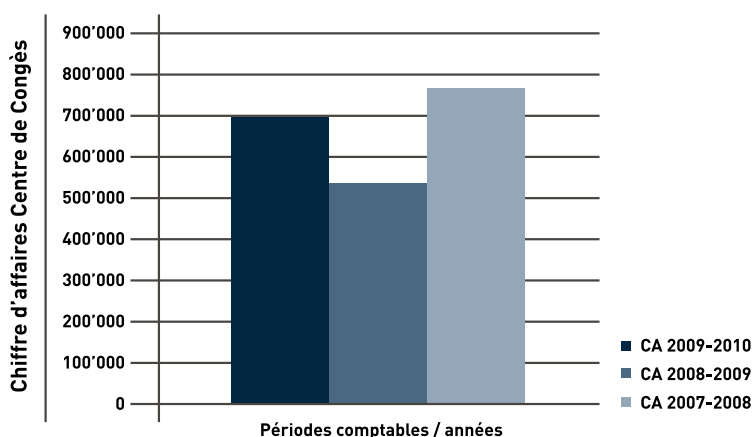
Des chiffres et de la fréquentation en hausse

Les chiffres comptables sont très bons et renouent avec les niveaux record de 2007. Si le chiffre d'affaire doit encore évoluer, tous les autres indicateurs sont excellents. Le Centre de Congrès Le Régent a augmenté le nombre de ses manifestations, le nombre de jours d'occupation, ainsi que le nombre de personnes qui ont fréquenté le centre. En rentabilité pure, le centre de congrès progresse également, c'est à dire que, pour chaque franc investi, le retour continue d'augmenter. Il est à noter que les manifestations récurrentes restent fidèles à Crans-Montana, par contre certaines comme le Caprices Festival ou les Sommets du ClassiquE ont diminué leur surface d'utilisation.

En résumé, le Centre de Congrès Le Régent a terminé sa mue vers la professionnalisation et atteint un rythme de travail efficace. Les efforts fournis dans l'amélioration des contacts, le suivi des dossiers et des offres sont payants. Il est impératif de poursuivre dans cette voie, mais les signes sont encourageants et les résultats du sondage de satisfaction publiés dans le rapport de la société SwissManagement, commandé par l'Association des Communes de Crans-Montana (ACCM), ne peuvent qu'encourager l'équipe en place.

CENTRE DE CONGRÈS

	2009-2010	2008-2009	DIFFÉRENCE	%	2007-2008	DIFFÉRENCE	%
CA REGENT (GÉNÉRÉ / DIRECT) SANS HÉBERGEMENT	696'743.60	537'820.95	+158'922.70	+ 29.54	762'184.60	-65'441.00	-8.6



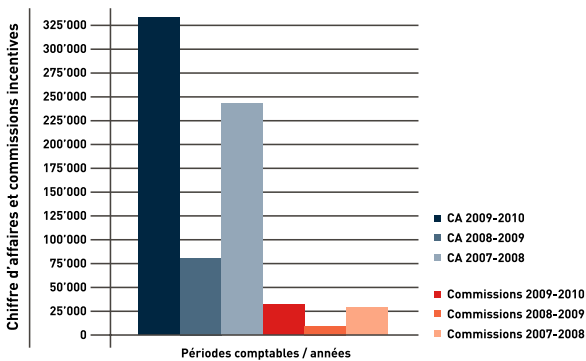
Le nombre de personnes ayant pénétré dans le Régent a été estimé à environ 39'800 personnes.

	OCCUPATION POSSIBLE	2009-2010		2008-2009		2007-2008	
		OCCUPATION EFFECTIVE AVEC IMMO	OCCUPATION EN %	OCCUPATION EFFECTIVE AVEC IMMO	OCCUPATION EN %	OCCUPATION EFFECTIVE AVEC IMMO	OCCUPATION EN %
TOTAUX EN JOURS	6'236	1'400	22.45	947	14.41	877	13.54

Les demandes d'offres traitées par le centre de congrès sont stables sur les dernières années. Le taux de réalisation, c'est-à-dire les offres converties en congrès organisés, le sont tout autant: entre 50 et 52%, ce qui dans cette branche est un très bon résultat. Il est bon de préciser que le taux d'occupation et la gestion de l'occupation des salles a été amélioré. A noter que les prix sont dégressifs en fonction du nombre de jours d'occupation, et ceci pour chaque salle, ce qui permet aux clients d'augmenter le nombre de jours de locations sans trop grever leur budget.

La reprise économique et le besoin des entreprises de ressouder les teams et de développer de nouvelles énergies internes ont amené une belle reprise au niveau des incentives. L'amélioration de la performance au niveau des réponses et des propositions transmises aux sociétés a permis d'améliorer le taux de réalisation. Ainsi, plus d'entreprises ont choisi Crans-Montana plutôt que la concurrence, pour organiser leur incentive. L'augmentation est également effective en nombre brut d'incentive réalisés. Notre station a accueilli plus d'incentives en 2010 que les années passées, ce qui apporte un chiffre d'affaire bienvenu aux entreprises et partenaires incentives de la station.

	2009-2010	2008-2009	DIFFÉRENCE	2007-2008	DIFFÉRENCE
CHIFFRE D'AFFAIRES (GÉNÉRÉ) YC HÉBERGEMENT	334'309.10	80'588	+ 253'721.10	243'305.90	+ 91'003.20
COMMISSIONS (GÉNÉRÉES) YC HÉBERGEMENT	31'198.65	9'258.30	+ 22'940.35	28'847.05	+ 3'351.60



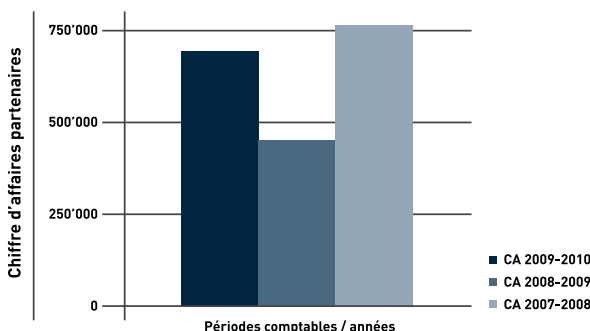
Les Incentives ne viennent pas du tout en Centre de congrès et sont souvent réservés plutôt en direct. Commissionnement appliqué a été discuté en Commission du Régent et communiqué aux différents partenaires afin d'éviter tout malentendu.

PARTENAIRES = CONGRÈS & INCENTIVES

Au vu des remarques énoncées ci-dessus, les chiffres d'affaires générés auprès de nos partenaires sont les suivants:

	2009-2010			2008-2009			2008-2009		
	NBRE NUITÉES	CA HÔTELS	CA AUTRES	NBRE NUITÉES	CA HÔTELS	CA AUTRES	NBRE NUITÉES	CA HÔTELS	CA AUTRES
CONGRÈS	1'830	385'830.90		1'295	198'493.25		3'586	434'078.80	
INCENTIVES	1'339	199'103.90		321	57'514.70		1'070	139'760.25	
TOTAL	3'169		106'508.55	1'616	256'007.90	195'452.60	4'656	573'839.05	188'864.55
TOTAL CA		691' 748.35			451'460.55			762'703.60	

La réservation des logements pour les congrès s'effectuent totalement par le biais de la centrale de réservation de Crans-Montana depuis 2010. Cette amélioration de prestation est importante et permet une meilleure gestion des ressources et des demandes. Il est important de préciser qu'un nombre important de nuitées congrès est réservé en direct auprès de l'hébergeur, par le congressiste. Le chiffre d'affaires logement, présenté dans le graphique ci-dessus, ne reflète donc pas l'intégralité du chiffre généré.



Ces chiffres d'affaires qui reflètent que les montants facturés par le Centre de congrès sont déjà importants. Si on ajoute tout ce qui se paie en direct et les dépenses supplémentaires dans les hôtels, restaurants, commerces, le Centre de Congrès a toute sa raison d'exister.

LOGEMENTS & GARAGE

La politique de louer principalement les locaux et places de parc à l'année nous a permis cette année encore d'augmenter le rendement (augmentation du chiffre d'affaires de location, diminution des tâches administratives). Par contre, nous sommes arrivés au plafond, le nombre de logements et de places à disposition étant le même.

	2009-2010	2008-2009	2007-2008
CA GARAGES	27'852.00	27'153.30	22'411.50
CA LOGEMENTS	183'882.00	182'695.90	167'151.80

RESTAURATION

L'ensemble de l'activité Food & Beverage du Centre de congrès a été intégrée dans le fonctionnement du Régent depuis le 1er novembre 2008. Le service a trouvé sa vitesse de croisière en 2010 et donne entière satisfaction à la clientèle (cf. rapport Swiss). La collaboration instaurée avec des traiteurs permet un plus vaste choix au client que ce que l'ancienne formule proposait. Il est à noter que la quasi totalité des prestations a été réalisée par quatre traiteurs, avec qui la collaboration a été excellente.

	2009-2010		2008-2009	
CA F&B INTERNE (GÉNÉRÉ)	90'897.85	224'698.35	57'438.65	151'168.85
CA F&B EXTERNE (GÉNÉRÉ)	133'791.50		93'730.20	

La restauration reste liée au nombre, et surtout au type de congrès. A noter que rarement les manifestations locales font appel à ce service. La collaboration avec les traiteurs est excellente et grâce au fait que ça soit presque toujours les mêmes, le travail de collaboration en est facilité.

TENDANCE 2011

Malgré la tendance à la diminution de durée d'occupation constatée auprès des manifestations récurrentes, l'augmentation du nombre de séminaires, de repas de sociétés extérieures au Valais, ainsi que le travail continu de l'équipe en place devrait permettre de bons résultats en 2011. La branche connaît un retour à la croissance et Crans-Montana devra pouvoir en tirer parti.

L'ANNÉE 2010 EN BREF	
49	MANIFESTATIONS
3'169	NUITÉES
39'824	PERSONNES AYANT PÉNÉTRÉS DANS CENTRE DE CONGRÈS
907'777.00	CA TOTAL DU CENTRE DE CONGRÈS



HÔTELLERIE - RÉCAPITULATION DES NUITÉES À CRANS-MONTANA

	Hiver 2008/09	Hiver 2009/10	Variation en %	Été 2009	Été 2010	Variation en %	Total 2009	Total 2010	Variation en %
Suisse	72'555	69'687	-3.95%	62'012	61'018	-1.60%	134'567	130'705	-2.87%
France	20'082	23'434	16.69%	13'260	12'791	-3.54%	33'342	36'225	8.65%
Belgique+Luxembourg	15'820	14'720	-6.95%	5'205	4'659	-10.49%	21'025	19'379	-7.83%
Italie	8'056	6'893	-14.44%	6'003	4'667	-22.26%	14'059	11'560	-17.78%
USA	1'177	1'069	-9.18%	9'716	8'535	-12.16%	10'893	9'604	-11.83%
Grande-Bretagne	8'953	5'933	-33.73%	3'096	2'535	-18.12%	12'049	8'468	-29.72%
Allemagne	4'327	4'055	-6.29%	3'318	3'433	3.47%	7'645	7'488	-2.05%
Hollande	5'799	4'951	-14.62%	2'547	1'516	-40.48%	8'346	6'467	-22.51%
Russie	4'595	4'050	-11.86%	959	1'107	15.43%	5'554	5'157	-7.15%
Pays du Golfe	1'835	1'545	-15.80%	3'672	3'260	-11.22%	5'507	4'805	-12.75%
Chine	1'482	1'678	13.23%	539	1'051	94.99%	2'021	2'729	35.03%
Espagne	1'569	1'583	0.89%	730	830	13.70%	2'299	2'413	4.96%
Israël	157	1'383	780.89%	191	785	310.99%	348	2'168	522.99%
Scandinavie	996	817	-17.97%	588	415	-29.42%	1'584	1'232	-22.22%
Grèce	733	521	-28.92%	69	101	46.38%	802	622	-22.44%
Japon	140	187	33.57%	363	103	-71.63%	503	290	-42.35%
Divers	9'068	11'489	26.70%	6'966	6'598	-5.28%	16'034	18'087	12.80%
Total étranger	84'789	84'308	-0.57%	57'222	52'386	-8.45%	142'011	136'694	-3.74%
Total Suisse+étranger	157'344	153'995	-2.13%	119'234	113'404	-4.89%	276'578	267'399	-3.32%
Marché principal	72'555	69'687	-3.95%	62'012	61'018	-1.60%	134'567	130'705	-2.87%
Machés fidélisés	63'037	59'986	-4.84%	33'429	29'601	-11.45%	96'466	89'587	-7.13%
Marché d'avenir et de développement	21'752	24'322	11.82%	23'793	22'785	-4.24%	45'545	47'107	3.43%

PARAHÔTELLERIE - RÉCAPITULATION DES NUITÉES À CRANS-MONTANA

	Hiver 2008/09	Hiver 2009/10	Variation en %	Été 2009	Été 2010	Variation en %	Total 2009	Total 2010	Variation en %
Suisse	330'988	333'274	0.69%	192'758	196'346	1.86%	523'746	529'620	1.12%
Italie	59'070	61'622	4.32%	40'393	42'035	4.07%	99'463	103'657	4.22%
France	47'327	50'290	6.26%	25'143	26'383	4.93%	72'470	76'673	5.80%
Allemagne	39'365	36'674	-6.84%	18'550	16'817	-9.34%	57'915	53'491	-7.64%
Belgique+Luxembourg	22'300	24'087	8.01%	12'049	12'514	3.86%	34'349	36'601	6.56%
Hollande	25'198	24'851	-1.38%	11'056	10'821	-2.13%	36'254	35'672	-1.61%
Grande-Bretagne	12'139	13'199	8.73%	7'726	7'916	2.46%	19'865	21'115	6.29%
Pays du Golfe	6'119	6'663	8.89%	15'668	13'024	-16.88%	21'787	19'687	-9.64%
Espagne	2'010	1'880	-6.47%	1'483	1'604	8.16%	3'493	3'484	-0.26%
Russie	3'001	2'692	-10.30%	447	714	59.73%	3'448	3'406	-1.22%
Scandinavie	2'388	2'007	-15.95%	1'250	1'295	3.60%	3'638	3'302	-9.24%
USA	1'745	1'878	7.62%	1'298	1'272	-2.00%	3'043	3'150	3.52%
Grèce	1'501	1'369	-8.79%	820	735	-10.37%	2'321	2'104	-9.35%
Chine	159	432	171.70%	135	769	469.63%	294	1'201	308.50%
Israël	45	315	600.00%	347	304	-12.39%	392	619	57.91%
Japon	84	84	0.00%	98	121	23.47%	182	205	12.64%
Divers	7'655	9'110	19.01%	4'606	4'890	6.17%	12'261	14'000	14.18%
Total étranger	230'106	237'153	3.06%	141'069	141'214	0.10%	371'175	378'367	1.94%
Total Suisse+étranger	561'094	570'427	1.66%	333'827	337'560	1.12%	894'921	907'987	1.46%
Marché principal	330'988	333'274	0.69%	192'758	196'346	1.86%	523'746	529'620	1.12%
Machés fidélisés	205'399	210'723	2.59%	114'917	116'486	1.37%	320'316	327'209	2.15%
Marché d'avenir et de développement	24'707	26'430	6.97%	26'152	24'728	-5.45%	50'859	51'158	0.59%

■ HÔTELLERIE + PARAHOTELLERIE - RÉCAPITULATION DES NUITÉES À CRANS-MONTANA

	Hiver 2008/09	Hiver 2009/10	Variation en %	Été 2009	Été 2010	Variation en %	Total 2009	Total 2010	Variation en %
Suisse	403'543	402'961	-0.14%	254'770	257'364	1.02%	658'313	660'325	0.31%
Italie	67'126	68'515	2.07%	46'396	46'702	0.66%	113'522	115'217	1.49%
France	67'409	73'724	9.37%	38'403	39'174	2.01%	105'812	112'898	6.70%
Allemagne	43'692	40'729	-6.78%	21'868	20'250	-7.40%	65'560	60'979	-6.99%
Belgique+Luxembourg	38'120	38'807	1.80%	17'254	17'173	-0.47%	55'374	55'980	1.09%
Hollande	30'997	29'802	-3.86%	13'603	12'337	-9.31%	44'600	42'139	-5.52%
Grande-Bretagne	21'092	19'132	-9.29%	10'822	10'451	-3.43%	31'914	29'583	-7.30%
Pays du Golfe	7'954	8'208	3.19%	19'340	16'284	-15.80%	27'294	24'492	-10.27%
USA	2'922	2'947	0.86%	11'014	9'807	-10.96%	13'936	12'754	-8.48%
Russie	7'596	6'742	-11.24%	1'406	1'821	29.52%	9'002	8'563	-4.88%
Espagne	3'579	3'463	-3.24%	2'213	2'434	9.99%	5'792	5'897	1.81%
Scandinavie	3'384	2'824	-16.55%	1'838	1'710	-6.96%	5'222	4'534	-13.18%
Grèce	2'234	1'890	-15.40%	889	836	-5.96%	3'123	2'726	-12.71%
Israël	202	1'698	740.59%	538	1'089	102.42%	740	2'787	276.62%
Chine	1'641	2'110	28.58%	674	1'820	170.03%	2'315	3'930	69.76%
Japon	224	271	20.98%	461	224	-51.41%	685	495	-27.74%
Divers	16'723	20'599	23.18%	11'572	11'488	-0.73%	28'295	32'087	13.40%
Total étranger	<i>314'895</i>	<i>321'461</i>	<i>2.09%</i>	<i>198'291</i>	<i>193'600</i>	<i>-2.37%</i>	<i>513'186</i>	515'061	<i>0.37%</i>
Total Suisse + étranger	718'438	724'422	0.83%	453'061	450'964	-0.46%	1'171'499	1'175'386	0.33%
Marché principal	403'543	402'961	-0.14%	254'770	257'364	1.02%	658'313	660'325	0.31%
Machés fidélisés	268'436	270'709	0.85%	148'346	146'087	-1.52%	416'782	416'796	0.00%
Marché d'avenir et de développement	46'459	50'752	9.24%	49'945	47'513	-4.87%	96'404	98'265	1.93%

■ COMPOSITION DE LA CLIENTÈLE EN HÔTELLERIE ET PARAHÔTELLERIE EN 2010

Hôtellerie			Parahôtellerie			Total		
1	Suisse	48.88%	1	Suisse	58.33%	1	Suisse	56.18%
2	France	13.55%	2	Italie	11.42%	2	Italie	9.80%
3	Belgique+Luxembourg	7.25%	3	France	8.44%	3	France	9.61%
4	Italie	4.32%	4	Allemagne	5.89%	4	Allemagne	5.19%
5	USA	3.59%	5	Belgique+Luxembourg	4.03%	5	Belgique+Luxembourg	4.76%
6	Grande-Bretagne	3.17%	6	Hollande	3.93%	6	Hollande	3.59%
7	Allemagne	2.80%	7	Grande-Bretagne	2.33%	7	Grande-Bretagne	2.52%
8	Hollande	2.42%	8	Pays du Golfe	2.17%	8	Pays du Golfe	2.08%
9	Russie	1.93%	9	Espagne	0.38%	9	USA	1.09%
10	Pays du Golfe	1.80%	9	Russie	0.38%	10	Russie	0.73%
11	Chine	1.02%	11	Scandinavie	0.36%	11	Espagne	0.50%
12	Espagne	0.90%	12	USA	0.35%	12	Scandinavie	0.39%
13	Israël	0.81%	13	Grèce	0.23%	13	Chine	0.33%
14	Scandinavie	0.46%	14	Chine	0.13%	14	Israël	0.24%
15	Grèce	0.23%	15	Israël	0.07%	15	Grèce	0.23%
16	Japon	0.11%	16	Japon	0.02%	16	Japon	0.04%
	Divers	6.76%		Divers	1.54%		Divers	2.73%
	100.00%			100.00%			100.00%	

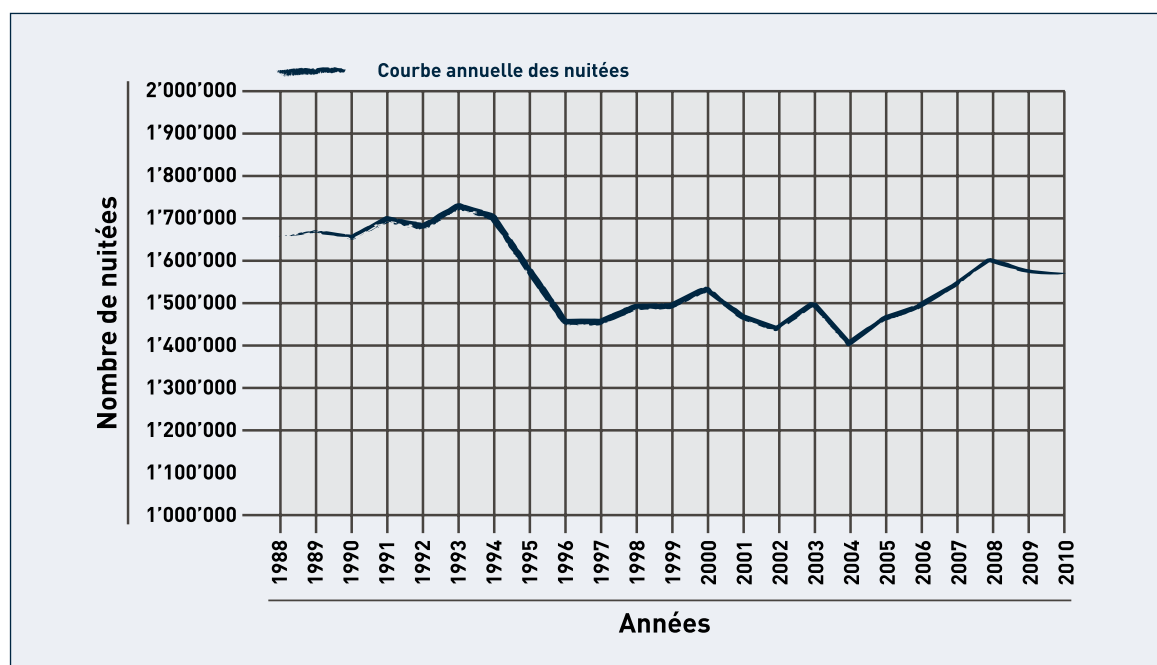
NUITÉES TOTALES À CRANS-MONTANA - COMPARAISON PAR SECTEUR ENTRE 2009 ET 2010

	2009	2010	Evolution	en 2010
Parahôtellerie	894'921	907'987	1.46%	58.38%
Hôtellerie	276'578	267'399	-3.32%	17.19%
Instituts	256'971	247'809	-3.57%	15.93%
Etablissement de cure	116'399	110'788	-4.82%	7.12%
Groupes	18'541	15'715	-15.24%	1.01%
Camping	6'284	5'700	-9.29%	0.37%
Total	1'569'694	1'555'398	-0.91%	100.00%

EVOLUTION DES NUITÉES TOTALES À CRANS-MONTANA DÈS 1988

Années	Nuitées	Evolution
1988	1'644'751	100.00%
1989	1'669'780	101.52%
1990	1'656'155	100.69%
1991	1'692'871	102.93%
1992	1'685'682	102.49%
1993	1'724'828	104.87%
1994	1'700'475	103.39%
1995	1'574'658	95.74%
1996	1'453'645	88.38%
1997	1'453'853	88.39%
1998	1'483'713	90.21%
1999	1'491'742	90.70%

Années	Nuitées	Evolution
2000	1'532'537	93.18%
2001	1'463'920	89.01%
2002	1'433'604	87.16%
2003	1'489'875	90.58%
2004	1'392'676	84.67%
2005	1'461'428	88.85%
2006	1'483'010	90.17%
2007	1'531'420	93.11%
2008	1'593'147	96.86%
2009	1'569'694	95.44%
2010	1'555'398	94.57%



L'année 2009/10 a été marquée par l'apparition d'indicateurs touristiques assez défavorables, tels que la cherté du franc suisse et la baisse généralisée des nuitées sur le plan suisse. Pourtant, aussi étonnant que cela puisse paraître, l'exercice 2009/10 se solde par un bénéfice net de CHF 150'969.-.

Ce résultat, qui peut être qualifié d'exceptionnel, est dû notamment

- au respect scrupuleux et prudent des dépenses budgétisées pour 2009/10, respect encore réhaussé par l'ambiance morose découlant de la conjoncture incertaine traversée,
- à des recettes de taxes de séjour supérieures aux prévisions budgétaires (+ CHF 5'000.-), malgré un léger recul des nuitées 2009/10 de 0.9%,
- à la forte augmentation des recettes de taxes de promotion touristique, provenant principalement de l'encaissement des taxations définitives établies pour les années antérieures à 2010 (+ CHF 160'212.-).

L'amélioration notable des résultats du Centre de Congrès n'y est pas non plus étrangère. En effet, le Centre de Congrès voit son chiffre d'affaires progresser de CHF 571'103.- (+52.69%) par rapport à l'exercice 2008/09, pour atteindre CHF 1'655'105.- de recettes brutes.

Ainsi, l'excellente occupation du Centre de Congrès a permis

- de générer CHF 85'000.- de recettes supplémentaires provenant des locations de salles de conférence, pour un total de CHF 336'199.- (comparaison 2008/09: +34.08%),
- de dégager un montant de CHF 99'523.- correspondant aux commissions touchées en lien avec les activités « Congrès et Incentives » (+205.59% !).

Toujours à ce propos, il est intéressant de relever que, grâce aux excellents résultats du Centre de Congrès, la couverture de déficit octroyée par l'ACCM a pu être ramenée à CHF 242'779.- contre CHF 450'000.- lors des années précédentes.

Un petit mot encore sur le bilan au 31 octobre 2010, qui laisse apparaître des liquidités intéressantes, signe de la bonne santé financière de CMT. Quant aux provisions existantes, elles se rapportent à des prestations fournies en 2009/10 pour lesquelles les factures n'ont pas encore été reçues. Pour ce qui est du fonds de rénovation et d'aménagement, il sera utilisé prochainement lors d'investissements dans le domaine informatique et dans le réaménagement des espaces « accueil » des bureaux d'information.

Les bénéfices cumulés quant à eux s'élèvent à CHF 197'119.-.

En point final à ce tour d'horizon de l'exercice 2009/10, j'aimerais encore remercier chaleureusement M. Joseph Bonvin pour sa disponibilité durant sa période de présidence de la commission des finances. M. Bonvin sera remplacé, dès janvier 2011, par M. Claude Robyr, qui intègre également le comité de CMT. Mes remerciements vont également à tous les membres de la commission des finances pour leurs précieux conseils et leur active participation aux séances.

JEAN-YVES REY, RESPONSABLE ADMINISTRATIF

PRODUITS

	COMPTES 2008/09 CHF	BUDGET 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 %	ECARTS 2009/10 s/ BUDGET CHF	BUDGET 2010/11 CHF
A. RECETTES TAXES DE SÉJOUR	3'135'691.80	3'131'500.00	3'136'231.97		4'731.97	3'131'500.00
./.. FRAIS ENCAISSEMENT TAXES DE SÉJOUR	-192'393.85	-207'000.00	-213'155.10		-6'155.10	-220'000.00
B. RECETTES TAXES DE PROMOTION TOURISTIQUE 2010	1'372'694.44	1'351'000.00	1'395'989.38		44'989.38	1'367'000.00
RECETTES TAXES DE PROMOTION TOURISTIQUE < 2010	104'546.25	0.00	160'212.80		160'212.80	0.00
./.. VST DES 2/3 ÉQUIVALENT À LA TAXE D'HÉBERGEMENT DESTINÉ À VALAIS TOURISME	-178'753.95	-187'000.00	-181'787.01		5'212.99	-182'000.00
./.. FRAIS ENCAISSEMENT TAXES DE PROMOTION TOURISTIQUE	-163'447.98	-152'500.00	-153'876.40		-1'376.40	-157'000.00
A. PRODUIT NET TAXES DE SÉJOUR	2'943'297.95	2'924'500.00	2'923'076.87	55.61%	-1'423.13	2'911'500.00
B. PRODUIT NET TAXES DE PROMOTION TOURISTIQUE	1'135'038.76	1'011'500.00	1'220'538.77	23.22%	209'038.77	1'028'000.00
VENTES D'ARTICLES	74'851.27	66'000.00	64'589.03	1.23%	-1'410.97	91'100.00
VENTES DE FORFAITS CENTRALE DE RÉSERVATION	126'296.36	120'000.00	92'234.26	1.75%	-27'765.74	125'000.00
COMMISSIONS CENTRALE DE RÉSERVATION	87'788.56	102'000.00	102'382.34	1.95%	382.34	100'000.00
COTISATIONS DES MEMBRES	122'662.05	120'500.00	121'756.77	2.32%	1'256.77	121'500.00
CONTRIBUTIONS EXTERNES MARKETING	213'500.00	215'000.00	215'275.93	4.10%	275.93	215'000.00
CONTRIBUTIONS EXTERNES EVENTS	75'000.00	75'000.00	275'000.00	5.23%	200'000.00	85'000.00
AUTRES RECETTES	133'650.93	68'500.00	241'442.76	4.59%	172'942.76	91'500.00
TOTAL DES PRODUITS (SANS LE CENTRE DE CONGRES LE REGENT)	4'912'085.88	4'703'000.00	5'256'296.73	100.00%	553'296.73	4'768'600.00
CENTRE DE CONGRES LE REGENT (CCLR)	1'534'002.81	1'752'000.00	1'897'884.62	100.00%	145'884.62	1'746'000.00
RECETTES ORGANISATIONS DE CONGRÈS	773'424.66	944'500.00	1'121'419.57	59.09%	176'919.57	956'000.00
RECETTES ORGANISATIONS D'INCENTIVES	81'297.78	120'000.00	317'914.76	16.75%	197'914.76	117'000.00
RECETTES LOCATIONS DE LOGEMENTS & GARAGES	229'280.37	215'000.00	215'770.90	11.37%	770.90	223'000.00
COUVERTURE DE DÉFICIT ACCM	450'000.00	472'500.00	242'779.39	12.79%	-229'720.61	450'000.00
TOTAL DES PRODUITS	6'446'088.69	6'455'000.00	7'154'181.35	100.00%	699'181.35	6'514'600.00

CHARGES

	COMPTES 2008/09 CHF	BUDGET 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 %	ECARTS 2009/10 s/ BUDGET CHF	BUDGET 2010/11 CHF
PERSONNEL	1'845'261.61	2'022'500.00	2'034'224.81	39.85%	11'724.81	1'988'000.00
CHARGES DU PERSONNEL (SANS CENTRE DE CONGRÈS LE RÉGENT)	1'845'261.61	2'022'500.00	2'034'224.81		11'724.81	1'988'000.00
ADMINISTRATION GENERALE	403'336.53	376'000.00	444'884.58	8.71%	68'884.58	390'000.00
FRAIS GÉNÉRAUX	385'698.37	359'000.00	408'834.67		49'834.67	373'000.00
FRAIS FINANCIERS ET DIVERS	17'638.16	17'000.00	36'049.91		19'049.91	17'000.00
INFORMATION & RESERVATION	313'397.73	345'000.00	324'299.75	6.35%	-20'700.25	354'000.00
FRAIS GÉNÉRAUX	98'822.72	113'000.00	120'071.69		7'071.69	113'000.00
FRAIS FINANCIERS	20'571.78	22'500.00	24'386.92		1'886.92	21'000.00
FRAIS GÉNÉRAUX VENTE ARTICLES	53'958.30	71'500.00	67'786.10		-3'713.90	85'000.00
FRAIS VENTES DE FORFAITS CENTRALE DE RÉSERVATION	126'296.36	120'000.00	92'234.26		-27'765.74	125'000.00
CHARGES COMMISSIONS & ANNULATION	13'748.57	18'000.00	19'820.78		1'820.78	10'000.00
MARKETING - EVENTS	1'843'858.43	1'534'000.00	1'862'711.71	36.49%	328'711.71	1'664'550.00
FRAIS GÉNÉRAUX	137'557.79	158'000.00	128'059.42		-29'940.58	140'000.00
SUPPORTS PROMOTIONNELS	478'643.87	240'000.00	272'632.74		32'632.74	253'000.00
MARKETING PARTENAIRES	16'039.62	28'000.00	64'893.88		36'893.88	39'500.00
CAMPAGNE SUISSE & VALAIS TOURISME	55'930.07	63'000.00	51'563.18		-11'436.82	63'000.00
MARCHÉ SUISSE	295'803.14	192'500.00	202'593.45		10'093.45	243'950.00
MARCHÉS LIMITROPHES	65'678.10	100'500.00	86'759.13		-13'740.87	135'300.00
AUTRES MARCHÉS EUROPE	77'778.64	103'500.00	84'621.72		-18'878.28	148'900.00
MARCHÉS MOYEN-ORIENT	23'591.09	19'000.00	27'328.46		8'328.46	32'500.00
MARCHÉ CHINE	11'076.17	10'000.00	11'520.21		1'520.21	18'000.00
MARCHÉ USA	15'325.78	0.00	11'377.73		11'377.73	3'000.00
AUTRES MARCHÉS MONDE	9'395.72	6'500.00	30'740.67		24'240.67	15'000.00
MANIFESTATIONS	287'781.05	275'000.00	437'564.03		162'564.03	265'650.00
ANIMATIONS	282'488.16	252'000.00	365'422.81		113'422.81	209'750.00
DIVERS	86'769.23	86'000.00	87'634.28		1'634.28	97'000.00

CHARGES (SUITE)

	COMPTES 2008/09 CHF	BUDGET 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 %	ECARTS 2009/10 s/ BUDGET CHF	BUDGET 2010/11 CHF
CRANS-MONTANA EXPLOITATION (CME)	441'494.70	439'200.00	438'461.50	8.59%	-738.50	436'725.00
PARTICIPATION FORFAITAIRE CME	441'494.70	439'200.00	438'461.50		-738.50	436'725.00
ASSOCIATION TOURISTIQUE ET SPORTIVE DE MONTANA (ATSM)	1'578.90	2'000.00	745.30	0.01%	-1'254.70	0.00
FRAIS FINANCIERS s/PRÊT C. MONTANA / RANDOGNE	1'578.90	2'000.00	745.30		-1'254.70	0.00
TOTAL DES CHARGES (SANS LE CENTRE DE CONGRES LE REGENT)	4'848'927.90	4'718'700.00	5'105'327.65	100%	386'627.65	4'833'275.00
CENTRE DE CONGRES LE REGENT (CCLR)	1'528'581.46	1'721'000.00	1'897'884.62	100%	176'884.62	1'712'000.00
CHARGES DU PERSONNEL	300'984.53	317'500.00	342'278.35	18.03%	24'778.35	310'500.00
FRAIS GÉNÉRAUX	438'928.08	518'000.00	495'473.45	26.11%	-22'526.55	454'500.00
FRAIS D'ENTRETIEN	156'850.84	126'500.00	65'977.29	3.48%	-60'522.71	125'000.00
FRAIS DE PUBLICITÉ	17'926.45	11'500.00	9'694.23	0.51%	-1'805.77	17'000.00
FRAIS D'ORGANISATIONS DE CONGRÈS	458'922.78	565'000.00	628'803.62	33.13%	63'803.62	618'500.00
FRAIS D'ORGANISATIONS D'INCENTIVES	77'055.43	105'000.00	279'304.48	14.72%	174'304.48	109'000.00
FRAIS FINANCIERS	77'913.35	77'500.00	76'353.20	4.02%	-1'146.80	77'500.00
TOTAL DES CHARGES	6'377'509.36	6'439'700.00	7'003'212.27	100.00%	563'512.27	6'545'275.00

RESULTAT D'EXERCICE

	COMPTES 2008/09 CHF	BUDGET 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 CHF	COMPTES 2009/10 %	ECARTS 2009/10 s/ BUDGET CHF	BUDGET 2010/11 CHF
TOTAL DES PRODUITS	6'446'088.69	6'455'000.00	7'154'181.35		699'181.35	6'514'600.00
TOTAL DES CHARGES	6'377'509.36	6'439'700.00	7'003'212.27		563'512.27	6'545'275.00
RESULTAT AVANT AMORTISSEMENTS	68'579.33	15'300.00	150'969.08		135'669.08	-30'675.00
AMORTISSEMENTS	0.00	-5'000.00	0.00		5'000.00	0.00
AMORTISSEMENTS IMMOBILISATIONS	0.00	-5'000.00	0.00		5'000.00	0.00
BENEFICE / PERTE	68'579.33	10'300.00	150'969.08		140'669.08	-30'675.00

ACTIF		
	BILAN AU 31.10.2009 CHF	BILAN AU 31.10.2010 CHF
CIRCULANTS	2'868'899.82	3'139'578.66
LIQUIDITES	1'348'144.36	1'029'885.63
CAISSES	44'870.15	22'951.20
POSTE	19'991.26	8'660.57
BANQUES	1'283'282.95	998'273.86
CREANCES	1'510'755.46	2'099'693.03
DÉBITEURS DIVERS	69'397.68	416'403.79
DÉBITEURS TAXES DE SÉJOUR	221'877.52	211'029.97
DÉBITEURS TAXES DE PROMOTION TOURISTIQUE	1'097'897.15	1'119'000.00
DÉBITEURS COTISATIONS MEMBRES	3'171.50	2'369.75
DÉBITEURS CENTRALE DE RÉSERVATION	49'663.75	131'104.35
ACTIFS TRANSITOIRES	68'747.86	219'785.17
STOCK	10'000.00	10'000.00
STOCK REVENTE: LIVRES, CARTES	10'000.00	10'000.00
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	16'052.00	16'051.00
PARTICIPATIONS DIVERSES	16'052.00	16'051.00
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	58'110.00	58'110.00
TERRAIN ET AUTRES SOLDES POUR MÉMOIRE	58'110.00	58'110.00
TOTAL DE L'ACTIF	2'943'061.82	3'213'739.66

PASSIF

	BILAN AU 31.10.2009 CHF	BILAN AU 31.10.2010 CHF
FONDS ETRANGERS A COURT ET MOYEN TERMES	2'577'300.91	2'647'217.20
BANQUES	450'000.00	0.00
CRÉANCIERS DIVERS	434'893.76	665'761.29
CRÉANCIER ACCM	11'494.70	227'176.81
CRÉANCIER HOTELA	24'704.66	67'367.31
CRÉANCIER VALAIS TOURISME	56'000.00	104'094.40
PASSIFS TRANSITOIRES	1'568'957.79	1'581'411.14
PRÊT MONTANA / RANDOGNE (TRANSFORMATION PATINOIRE)	31'250.00	1'406.25
PROVISIONS	69'207.53	99'000.00
PROVISIONS PERTES SUR DÉBITEURS	14'000.00	14'000.00
PROVISIONS C.M.L. (CRANS-MONTANA LOCATION)	20'000.00	20'000.00
PROVISIONS TVA	0.00	25'000.00
PROVISIONS S/ASSURANCE ANNULATION CENTRALE RÉSERVATION DIRECTE	35'207.53	40'000.00
FONDS DE RENOUVELLEMENT ET DE RENOVATION	250'403.13	270'403.13
FONDS DE RENOUVELLEMENT PARC INFORMATIQUE ET AMÉNAGEMENT	140'000.00	160'000.00
FONDS DE RÉNOVATION C.C.L.R. (STUDIOS ANCIENNE UBS)	110'403.13	110'403.13
FONDS PROPRES / DECOUVERT	46'150.25	197'119.33
BÉNÉFICE AU 01.11.2009 / PERTE AU 01.11.2008	-22'429.08	46'150.25
BÉNÉFICE DE L'EXERCICE AU 31.10.2010 / AU 31.10.2009	68'579.33	150'969.08
TOTAL DU PASSIF	2'943'061.82	3'213'739.66
INDICATIONS COMPLEMENTAIRES		
DIVERS LEASING (PHOTOCOPIEURS, VÉHICULE DE SERVICE)	69'600.20	46'691.00

Fiduciaire Fidag SA
3963 Crans-Montana

Fiduciaire Gaston Clivaz SA
3963 Crans-Montana

Fiduciaire de Crans-Montana SA
3963 Crans-Montana

**RAPPORT DE CONTROLE AU COMITE (ART. 14 DES STATUTS)
ET A L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE DE CRANS-MONTANA TOURISME**

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels de votre association Crans- Montana Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 octobre 2010.

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

Notre révision a été effectuée selon les normes de la profession en Suisse. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable.

Nous estimons que les analyses et sondages effectués constituent une base suffisante pour former notre opinion.

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

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis, présentant un bénéfice au bilan de **Fr. 197'119.—**.

Fiduciaire Fidag SA



Fiduciaire Gaston Clivaz SA



Fiduciaire de Crans-Montana SA



Crans-Montana, le 9 mars 2011 – OM/cb



Crans-Montana Tourisme

Case postale 372 / 3963 Crans-Montana 1 / Suisse
T +4127 485 04 04 / F +4127 485 04 60
information@crans-montana.ch / www.crans-montana.ch