



PROCES-VERBAL DE L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE DE CRANS-MONTANA TOURISME

Date : Jeudi 12 avril 2012
Lieu : Centre de congrès Le Régent, Salle « Jean-Pascal Delamuraz »
Durée : 15 h 30 – 17 h 00
Président : M. Hubert Bonvin
Selon liste des présences : Membres actifs présents
Membres sympathisants présents
Invités selon liste des présences
Procès-verbal : Mlle Florence Clivaz

Ordre du jour

1. Ouverture de l'assemblée et contrôle des présences
2. Approbation du PV de l'Assemblée Générale ordinaire du 19.04.2011
3. Allocution du Président de CMT, M. Hubert Bonvin
4. Rapport et allocution du Directeur de CMT, M. Philippe Rubod
5. Présentation des comptes 2010/11 par M. Jean-Yves Rey, Sous-Directeur de CMT
6. Rapport des vérificateurs aux comptes
7. Approbation des comptes et décharge aux organes responsables
8. Modification de l'article 9, paragraphe 1) des statuts concernant la présentation et l'approbation du budget annuel : décision
9. Divers & questions

1. Ouverture de l'assemblée et contrôle des présences	Le Président de Crans-Montana Tourisme souhaite la bienvenue aux représentants des autorités cantonales et communales, aux représentants des partenaires et associations, ainsi qu'aux membres de Crans-Montana Tourisme. Il les accueille dans la salle Jean-Pascal Delamuraz, qui a pris ses airs de fête et de solennité pour recevoir dignement la 18^{ème} Assemblée Générale ordinaire de Crans-Montana Tourisme. Il souhaite la cordiale bienvenue à M. Alain Delamuraz, Vice-Président de Blancpain SA, et le remercie d'avoir, par sa brillante analyse, donné le ton de cette rencontre de CMT avec ses membres. Il salue les membres actifs, sympathisants, tous les acteurs du tourisme, les invités, les représentants des médias. Il déclare l'Assemblée Générale ouverte et apte à délibérer, puisque convoquée conformément aux statuts et aux modalités usuelles. Il relève avec satisfaction la présence réjouissante de quelques 220 personnes. Pour faciliter le contrôle de toute décision et approbation, il procède à la nomination de deux scrutateurs : MM. Joseph Bonvin et Xavier Bestenheider. Le Président nomme les personnalités présentes : -Mme Maria-Pia Tschopp, Préfète du district de Sierre, -M. Francis Tapparel, Président du Comité Directeur de l'ACCM, -M. Stéphane Pont, Président de la commune de Mollens, -M. Jean-Claude Savoy, Président de la commune de Chermignon,
--	---

-M. Yves-Roger Rey, Secrétaire Général de l'ACCM,
 -M. Antoine Fardel, Délégué à l'économie de l'Etat du Valais,
 -M. Hervé Fournier, de l'Antenne Régions Valais Romand,
 -MM. Jérémie Rey et Pascal Rey, Députés au Grand Conseil.

Il salue les dirigeants partenaires :

-M. Arthur Clivaz, Directeur Général de CMA,
 -M. Patrick Cretton, Directeur de la compagnie SMC,
 -M. Jacky Duc, Directeur de CME,
 -MM. Stéphane Robyr et Nicolas Masserey, Directeurs des écoles suisses de ski de Crans et Montana,
 -M. Jérôme Di Stasi, Vice-Président de la Société des Arts & Métiers,
 -M. Yves Sauvain, Commandant de la Police Municipale de Crans-Montana,
 -M. Alain Duc, Président de la Société des hôteliers,
 -M. Gaston Barras, Président du Golf-Club Crans-sur-Sierre et Président d'honneur de l'ASG,
 - M. Jean-François Emery, Vice-Président du comité d'organisation de la Nuit des Neiges,
 -M. Daniel Salzmann, Président de l'APACH.

Les directeurs d'événements :

-M. Yves Mittaz, Directeur de l'Omega European Masters,
 -M. David Crettol, Secrétaire Général de l'AMIS et Président des étapes du Tour de Suisse et du Tour de Romandie à Crans-Montana,
 -M. Samuel Bonvin, Directeur du Caprices Festival,
 -M. Christian Cappe, Directeur du Cristal Festival.

Les représentantes de la presse :

-Mme Danielle Emery Mayor de Sixième Dimension,
 -Mme Aline Carrupt du Nouvelliste.

Les personnes suivantes sont excusées:

Monsieur le Conseiller d'Etat Jean-Michel Cina - Chef du dpt de l'économie, de l'énergie et du territoire, M. Herbert Volken - Président de Valais Tourisme, M. Urs Zenhäusern – Directeur de Valais Tourisme, M. Bruno Huggler - Directeur adjoint/Chef Marketing-clients de Valais Tourisme, Mme Madeleine Savioz - Cheffe Marketing-partenaires de Valais Tourisme. M. Bernard Rey, Député au Grand Conseil.

MM. Paul-Albert Clivaz - Président de la commune de Randogne, David Bagnoud – Président de la commune de Lens et Eric Kamerzin - Président de la commune d'Icogne. Mmes et MM. les Délégués de l'ACCM - Rose-Marie Clavien, Madeleine Vocat-Mayor, Bertrand Cordonier, Charles-André Bagnoud, Pierre-Paul Nanchen.

Mmes Sonia Tatar - Directrice Les Roches International School, Monica Crettol – Directrice Clinique Bernoise Montana, Stéphanie Nanchen-Pedersoli - Hôtel Central, Raquel Do Nascimento - Hermès Suisse SA, Nicole Zenhäusern - Debrunner Acifer SA, Marisa Maggio Cottafati - Marisa Coiffure, Béatrice De Courten, Sally Mayor.

MM. et Mmes Jean-Marc et Charlotte Boutilly – Hôtel Crans-Ambassador, Roland et Sylvia Martinoli - Fondation Rosyl.

MM. Christophe Cottini - Directeur du Golf-Club Crans-sur-Sierre, Wolfgang Schallert - Hôtel Robinson, Marius Robyr – Président des courses Coupe du monde de ski, Christian Rey - René Rey Sports, Gilbert Strobino - Bureau d'études et de construction SA, Michel Mabillard – Aux Arts Ménagers, Grégoire Saucy - Horlogerie-Bijouterie, Raphaël Rey - Atelier 3D Architecture, Christian Michellod et Claude Naoux – Graphos Sàrl, Jean-Maurice Tornay - Président de la Délégation valaisanne à la Loterie Romande, Philippe Varone - Varone Vins SA, Xavier Oberson - Xavier Oberson SARL, Daniel Favre, Jean-Michel Barras, Sébastien Bottinelli - Alhia Service SARL, Jean-Daniel Epiney - Emery Epiney SA, Paul Antille - Garage Olympic SA, Gashi Dardan - Valrhône SA, Bruno Bonvin, Georges Mittaz, Serge Théodoloz - Ferd Lietti SA, Prosper Rey, Eduard Dietisheim – Tissage de Toiles Berne SA.

2. Approbation du PV de l'Assemblée Générale ordinaire du 19.04.2011	Le Président de CMT invite les membres à approuver le procès-verbal de l'Assemblée Générale ordinaire du 19 avril 2011. Aucune remarque n'est émise et le procès-verbal est accepté à l'unanimité par l'assemblée, qui manifeste son approbation par main levée.
3. Allocution du Président de CMT, M. Hubert Bonvin 3.1. RAPPORT DE GESTION 2011 3.2. RÔLES DE CMT <u>Assumer la mise en place de la Politique du Tourisme</u> <u>Crans-Montana : capitale des arts et de la culture</u> 3.3. LES ÉVÉNEMENTS ET LA MISE EN SCÈNE <u>L'Assemblée Générale 2012</u>	Le Président de CMT aborde quelques thèmes qui lui sont chers et qui relèvent de sa fonction. Le Président de CMT indique que le rapport de gestion 2011 se signale d'emblée par son côté moderne, très bien structuré et conforme à l'image de CMT et aux critères de l'excellence chers au Directeur. M. Philippe Rubod croit fermement au potentiel de la station et n'ambitionne rien de moins que de faire de l'accueil à Crans-Montana la nouvelle référence des Alpes suisses. Le rapport de gestion 2011 est l'outil de référence et la radiographie des activités de CMT, de ses points faibles, de ses valeurs et de ses forces. Dans son rôle primordial de la défense des intérêts du tourisme local et régional, CMT participe actuellement avec les communes du Haut-Plateau à l'élaboration d'un document de base qui servira de référence à la vision touristique dans les cinq domaines de l'économie, du social, de l'environnement, de la qualité et de la sécurité pour les 10 à 15 prochaines années. Avec des objectifs clairs, notre destination pourra solidifier sa position et nettement se démarquer dans le classement des destinations touristiques de marque. Cette future version de la Politique du Tourisme abordera de multiples facettes sans esquiver la problématique de la disparition des hôtels qui freine l'arrivée de nouveaux clients, disqualifie parfois notre destination et risque de compromettre l'organisation d'événements internationaux. CMT se réjouit également de toute initiative visant à ajouter un fleuron supplémentaire à l'offre culturelle en station et dans les villages environnants : -Les galeries d'art rivalisent d'ingéniosité et les tableaux, les créations et les sculptures vont jusqu'à investir les rues. Diverses, éclectiques, ouvertes, elles créent de nouveaux lieux de rencontres et suscitent le goût du beau. -Les musées, très diversifiés, renouent avec le passé comme au Hameau de Colombière ou au Musée Le Grand Lens. -La Fondation Pierre Arnaud en construction sur les rives du Louché, la future école internationale à l'ouest du Régent et le projet hôtelier du Rhodania qui porte la griffe Botta complètent la prestigieuse école hôtelière des Roches à Bluche. -Le Président cite encore la bibliothèque publique du Scandia, les rendez-vous musicaux des Sommets du Classique ou de Crans-Montana Classics, les sessions de jazz, les concerts de nos fanfares locales au sommet de leur art, les chœurs mixtes ou chœurs d'hommes, le cinéma avant-gardiste de Crans. Le Président indique que la variété de ses activités culturelles confère à Crans-Montana la légitimité pour devenir une capitale alpine des arts et de la culture. CMT se doit de soigner la mise en scène lorsqu'il s'agit d'améliorer l'offre, de présenter un événement ou de lancer un projet. Créer une mise en scène, c'est savoir ajouter la petite parcelle de folie teintée de plaisir pour mieux faire apprécier le message. Le premier exemple que prend le Président est cette Assemblée Générale, qui se veut un peu théâtrale, avec plus de pétillant, plus d'enthousiasme, d'entrain pour aborder les choses sérieuses dans un environnement de détente, de joie et de plaisir communicatifs. La suite de cette Assemblée Générale fait la part belle à une mise en scène réelle avec chapiteau et paillettes ou Samuel Bonvin, en master scénariste, fera plonger les convives dans l'univers musical d'un festival où décors et tableaux se marient pour offrir un bouquet final à un public de plus en plus ravi. Le Président relève l'importance de produire pour chaque projet une mise en scène forgée par des professionnels de l'événementiel pour faire école auprès de tous les partenaires et des privés chargés de promouvoir notre destination.

<u>L'Omega European Masters</u>	L'Omega European Masters, événement emblématique de Crans-Montana, fait l'objet d'une grandiose mise en scène qui éblouit joueurs, sponsors, spectateurs et médias. Tout respire le beau, la classe, la perfection, tels les ralents diffusés sur le petit écran. 101 millions de contacts, 46 chaînes TV, 55'000 spectateurs, ça laisse évidemment de belles traces pour Crans-Montana !
<u>La Coupe du monde de ski</u>	Le Président enchaîne avec l'événement clé de l'hiver, les courses de la Coupe du monde de ski, qui illustrent une fois de plus la nécessité d'une mise en scène professionnelle de l'image, du suspense, du résultat où se conjuguent de gigantesques efforts de préparation des pistes, une sécurité accrue et des images magnifiques pour les médias. Avec un organisateur et un régisseur de talent, avec un budget assuré principalement par les communes, l'Etat, la Loterie Romande et le casino, avec une concordance de vue indispensable de tous les acteurs, il est permis de rêver pour 2013, 2015 ou 2016. Au-delà du côté sportif, de l'effort, de l'audace, de la qualité d'organisation, il faut ajouter la ferveur populaire, l'émotion vraie, la communion des supporters, la fête spontanée aux Violettes, les spectateurs aux abords de la piste. Les organes dirigeant de la FIS sont sensibles à cet aspect, ainsi que les coureurs, entraîneurs, délégués ou chefs d'équipe qui adorent l'ambiance de Crans-Montana. Au mois de mai, les décideurs tout puissants de la FIS diront si ils tiendront rigueur de notre communication manquée de ce qui devait être une opération marketing pointue et des plus porteuse.
<u>Les autres événements sportifs</u>	Dans un décor naturel de rêve à nul autre pareil, le Défi des Faverges, le Trophée du Mont-Lachaux, le Terrific, le Jeep-Heep-Heep, une étape de la petite reine, fut-elle du Tour de France, de Suisse ou de Romandie, sont tous des événements spécifiques populaires porteurs d'intenses émotions et tout à fait à leur place dans le calendrier de la station.
<u>Le Trophée des journalistes et le Cristal Festival</u>	Dans un autre contexte, la venue du Trophée des journalistes sportifs et le Cristal Festival de la publicité internationale nous ont donné l'opportunité d'une jolie mise en scène de stars et de vedettes sportives qui ont témoigné leur attrait pour Crans-Montana.
<u>Le centième du funiculaire</u>	Le Président relève la qualité de l'événement organisé pour célébrer les cent ans d'existence du funiculaire SMC. Il souligne le concept qui a marié le plaisir du voyage Sierr-Montana-Bluche, aux émotions musicales, gustatives et oratoires dans les murs de l'Ecole des Roches, haut lieu de la formation touristique internationale.
3.4. LA MISE EN SCÈNE <u>Le projet d'Aminona</u>	La mise en scène doit être permanente en station, apparente, visible, auditive, perceptible comme une invitation à goûter aux joies de la vie, indissociable de la vie de tous les jours. Le secteur Aminona occupe également le devant de la scène et, fort habilement relayé par les réseaux sociaux, la télévision et la presse, il est en passe d'atteindre son but, puisque les obstacles surmontés permettront à la société Aminona Luxury Resort and Village de concrétiser le premier acte du complexe hôtelier. La perspective parallèle du financement des remontées mécaniques à hauteur de CHF 15 millions est réjouissant à plus d'un titre.
<u>Le Snow Island</u>	La mise en scène du Snow Island, centre ludique hivernal de rêve pour les enfants et les plus grands, situé au Driving Range devant le tout nouveau Golf Performance Center, est une réussite et crée un cadre et un esprit vacancier, festif et convivial, autant que le Trop'Yc estival qui offre sable, palmiers et musique.
<u>La décoration florale</u>	La mise en scène très réussie et appréciée de la décoration florale estivale est également relevée, ainsi que la réplique hivernale passée, avec son sapin de Noël géant au centre de Crans. Le Président souligne la bonne collaboration des communes, ainsi que des partenaires de la station.

<u>La vie en station</u>	Le Président souhaiterait que toutes les initiatives d'animations dans les rues et sur les terrasses de la station ne soient pas systématiquement entravées par les plaintes de privés qui réclament plus de calme et de tranquillité. L'ambiance, le côté festif doivent obéir à un principe de convivialité et de tolérance pour laisser vivre nos centres. En permettant aux tenanciers des cafés de déborder sur les trottoirs ou lieux publics, les communes participent implicitement à rendre plus visible la vie en station. Le Président invite à la tolérance et au bon sens pour aider les gens à cohabiter et pour faciliter les échanges.
<u>Le rôle de CMT</u>	De son côté, CMT va montrer l'exemple et contribuer à soigner les détails, à créer les conditions cadres, à garantir l'authenticité des animations locales et des fêtes traditionnelles, à optimiser la qualité du service, des prestations pour toutes sortes de démarches, auxquelles chacun pourra participer comme acteur volontaire au sein de son entreprise, de son commerce ou de sa boutique. Avec l'aide précieuse du Directeur de CMT qui s'est engagé sans concessions dans un processus de qualité, CMT veillera toujours à la qualité irréprochable de ses espaces d'accueil, de ses brochures, de ses sites internet, ainsi que de ses cadres et son personnel, les souhaits du client étant la priorité. Le Président évoque cependant une condition essentielle à la collaboration au sein de la station: l'humilité de penser que l'on peut encore apprendre, l'humilité de croire que certains peuvent en savoir plus... Alors tout devient plus facile.
3.5. REMISES EN QUESTION <u>L'initiative Weber</u>	La remise en question est fondamentale et notre attitude à réagir doit tenir compte de tous les paramètres. Le Président évoque l'initiative Weber, acceptée de justesse par le peuple suisse, qui a révélé des faiblesses dans notre droit institutionnel qui ne prépare pas suffisamment de façon explicite l'application et les modalités pratiques. Le Valais s'est rebellé massivement, jugeant cette loi dangereuse, inadaptée, disproportionnée, inapplicable, anti-fédéraliste et outrancière. Nos communes ont plébiscité le RQC, le moratoire hôtelier a été accepté par la totalité des communes. L'avenir et les perspectives pour l'emploi sont incertains. Pourtant, le Président signale qu'il est de notre devoir de ne pas subir et de trouver des solutions pour corriger les effets d'une loi dont l'application sera difficile. Il relève l'importance, en pareil cas, de montrer notre capacité d'adaptation, notre potentiel de solidarité, notre volonté d'innovation, pour réinventer un tourisme de service où les investissements prioritaires devraient massivement être injectés dans les remontées mécaniques et dans l'hébergement hôtelier et para-hôtelier. Le Président envisage un vrai programme de relance avec l'aide du canton et des communes, lesquelles ont hâte de passer à la phase concrète des réalisations ô combien attendues du centre d'Ycoor, du centre de congrès Le Régent et de la Moubra. Le Président souhaite que la Politique du Tourisme, en phase finale d'acceptation, soit la Bible de Crans-Montana pour les actions futures et que le plan d'action soit sa feuille de route.
3.6. DES VOEUX	Le Président termine son intervention en adressant ses vœux : -Poursuivre les relations de confiance avec les autorités et les délégués de l'ACCM qui sont régulièrement sollicités pour des demandes de budget et de financement pour des projets d'intérêt public. Ces relations ne devraient pas fléchir surtout en cette période conjoncturelle difficile. -Poursuivre la recherche constante de la qualité, maintenir la référence permanente à l'excellence, fer de lance de toute réflexion. -Doter notre culture touristique d'un état d'esprit ouvert, tourné vers l'accueil et la mise sur pied d'événements prestigieux. -Créer les conditions cadres pour une aide massive à l'hébergement hôtelier en priorité. Le Président rappelle que la concurrence n'en a cure de nos tergiversations. Il est primordial de démontrer que Crans-Montana possède les atouts et la volonté pour revenir dans le peloton de tête des stations alpines qui ne laissent de place d'honneur qu'à l'Autriche.

4.2. LE PRODUIT CRANS-MONTANA	Le Directeur de CMT relève les nouveautés majeures 2010/2011 dans les infrastructures touristiques • Sportives - o Inauguration du télésiège de Bella Lui et création des quatre espaces de glisse thématiques sur le domaine skiable - o Ouverture du Golf Performance Center au Golf-Club Crans-sur-Sierre - o Ouverture du nouveau Centre équestre - o Ouverture de six nouveaux parcours de randonnée dont le Grand Bisse de Lens entièrement rénové, le nouveau sentier didactique de la transhumance et le chemin des nains au Lac Grenon • Hôtellerie et restauration - o Ouverture des Crans-Luxury Lodges, cinq chalets de prestige avec service hôtelier permanent - o Rénovation lourde des Hôtels Olympic, Helvétia Intergolf - o Ouverture du restaurant/lounge Zérodix au pied de la télécabine de Crans • Mode - o Ouverture de la Boutique de mode italienne Brunello Cucinelli à la Rue du Prado • Culture - o Ouverture du Hameau de Colombire et de son restaurant
4.3. LA GESTION ET LES ACTIONS MAJEURES DE CMT EN 2010/11	CMT a connu une vacance de direction de six mois, dont quatre mois et demi au cours de l'exercice dernier. Durant cette période, M. Jean-Yves Rey a assuré l'intérim de Direction de CMT et le Directeur l'en remercie vivement. Sachant que le défi majeur pour Crans-Montana est désormais de se profiler comme une marque internationale qui doit se hisser au niveau des meilleurs standards mondiaux si la station veut continuer à exister et à défendre sa position sur la scène mondiale, CMT est donc appelé à se remettre profondément en question et réinventer son organisation et son fonctionnement, afin de s'adapter aux nouveaux défis qui se posent à Crans-Montana. Ainsi que le Directeur l'avait annoncé en ce même lieu l'an dernier à la même époque, peu après sa prise de fonctions, CMT a démarré en mai 2011 un vaste programme stratégique de 18 mois, conçu avec l'équipe de direction. Au 31 octobre 2011, voici ce qui a été finalisé.
<u>Organisation interne et ressources humaines</u>	1. CMT s'est doté d'un organigramme de fonctionnement clair, lisible, et innovant dans sa présentation et sa philosophie, c'est à dire entièrement tourné vers la clientèle et les partenaires, et dans lequel la vision du management est que l'équipe de direction est constituée d'un tronc et de branches principales qui <u>soutiennent</u> les collaborateurs et leur développement, plutôt que de les étouffer sous une hiérarchie pesante. 2. Les cahiers des charges des collaborateurs ont été entièrement repensés et reformulés pour les rendre plus pragmatiques, plus compréhensibles et entièrement utilisables par les intéressés. 3. La charte de qualité de CMT a été actualisée et complétée d'un « credo d'entreprise » qui résume la philosophie et les valeurs de management, au premier rang desquels le service des hôtes et des partenaires comme obsession et plaisir absolus. 4. Un département Evénements et Animation a été créé à l'automne, afin de renforcer les compétences de CMT en matière de suivi et d'organisation des événements et animations, actuels ou nouveaux, à Crans-Montana. A sa tête, a été engagé M. Yann Rohrbach, qui a intégré le team de direction de CMT.

	5. La nécessaire continuité des services de CMT à ses hôtes et partenaires a été structurée et renforcée par la création ou la confirmation de postes de responsables adjoints dans la majorité des départements, qui peuvent remplacer en tout temps le responsable en son absence, prendre des décisions et assurer la permanence des services : M. Jean-Yves Rey, 17 ans de maison, a ainsi été nommé au poste de Sous-Directeur de CMT. Dans ses fonctions il supervise l'administration, les finances, la réservation directe et la taxe de séjour. M. Matthieu Rittiner a été engagé au poste de Responsable Adjoint du centre de Congrès - Mme Doris Perren, a été confirmée Assistante Responsable du département Accueil et Information, 6. Un poste à plein temps de Responsable Relations Médias et Communication a été créé, à la faveur du départ de deux collaboratrices à mi-temps, et confié à Mme Nadège Chiaradia. 7. Le poste de Responsable des Ressources Humaines, tenu par Mme Laurence Paluzzano, a été renforcé : il supervise également désormais la qualité dans l'entreprise. 8. Un sondage annuel mesurant la satisfaction des collaborateurs de CMT a été réalisé pour la première fois. Il en ressort que : 65% des collaborateurs se déclarent plutôt ou très satisfaits. - Les demandes les plus largement exprimées sont celles de la formation et du regroupement des équipes en un seul lieu. 9. Enfin, un véritable protocole d'accueil des nouveaux collaborateurs a été mis en place, avec un programme précis destiné à créer, durant les sept premiers jours de sa prise de fonctions, une relation forte et motivante pour le nouvel entrant, et en assurer l'intégration optimale au sein des équipes de CMT. Le Directeur annonce qu'en octobre 2011, CMT a été re-certifié par Valais Excellence ISO 9001 et 14001. <u>Marketing</u> Principales actions co-marketing et publicité en 2011 - Une action d'envergure avec UBS au cours de l'hiver avec une offre spéciale touchant plus d'un million de clients - Un partenariat avec One FM, première station radio de Suisse Romande, venue émettre trois émissions en direct à Crans-Montana en février - Un Week-end Aston Martin organisé à Crans-Montana en janvier - La décoration du TGV Lyria aux couleurs de Crans-Montana de novembre à mai 100 posters Crans-Montana affichés dans le métro de Milan en novembre et décembre - Un film de 30 minutes sur le Golf et l'offre d'été à Crans-Montana produit et diffusé par la chaîne TV SKY Sports dans six pays ou régions d'Europe de langue allemande - La mise sous contrat en juillet 2011 de l'agence de Marketing et RP INSIGHTS MC pour représenter en permanence Crans-Montana sur deux marchés stratégiques : - Les Pays du Golfe, notre plus forte croissance de nuitées en 2011 - La Grande Bretagne, notre marché européen de conquête en 2012 Les RP, les principales actions - Trophée des journalistes sportifs français réunissant à Crans-Montana début décembre 150 journalistes sportifs et people - Tournage d'un reportage TV pendant l'Omega European Masters pour l'émission « Zone Interdite » de la chaîne M6, qui sera diffusé au cours de l'été 2012 - Reportage télé de 30mn sur Crans-Montana par la Radio Télévision Belge Francophone, en février, et vu depuis par 250'000 téléspectateurs - Mise en route du projet « City Ski Championship » avec la City de Londres, qui a vu sa première édition cet hiver à Crans-Montana
--	---

<u>Finances & Administration</u> 4.4. QUEL AVENIR POUR LE TOURISME À CRANS-MONTANA ? QUEL EST NOTRE AVENIR ?	1. Renouvelé entièrement l'équipe de gestion du Régent a. Nomination de M. Steve Bregy au poste de Responsable du Centre b. Engagement de M. Matthieu Rittiner au poste de Responsable Adjoint c. Engagement de MM. René Crettenand et Andy Bonnard, aux postes d'Assistant Technique et Assistant d'exploitation 2. Redéfini les missions et les cahiers des charges de chacun 3. Décidé la création d'un département commercial entièrement dédié au Régent, pour en doubler la fréquentation sous trois ans. Ce département sera lancé au début de l'été 2012. 4. Commencé, avec la Commission du Régent présidée par Mme Géraldine Bestenheider, Vice-Présidente de CMT, la rédaction d'un Business Plan du Régent pour cinq ans. Il est aujourd'hui terminé. Le taux d'occupation des salles du Régent s'établit à 20% en 2011, en recul de 2,15% par rapport à 2010. Cependant, grâce à des recettes supérieures au budget et à une bonne gestion des charges d'exploitation, la couverture de déficit des communes n'a pas été utilisée dans sa totalité, malgré un environnement économique très difficile, et ce sont donc CHF 63'000.- qui ont été restitués aux communes en 2011 par le Centre de Congrès. Outre les comptes qui seront présentés plus tard dans cette assemblée, sont relevées en 2011 les principales décisions prises pour le département finances et administration de CMT. 1. Une comptabilité analytique sera mise en place à partir du troisième trimestre 2012, avec clôture trimestrielle des compte consolidés de CMT et une situation mensuelle pour le centre de Congrès Le Régent. 2. Une réévaluation totale de notre système de réservation directe qui entrainera des changements majeurs en 2012. Avant la 4^{ème} et dernière partie de son exposé, le Directeur de CMT appelle à le rejoindre sur scène les nouveaux collaborateurs de CMT et ceux promus au cours de l'exercice 2011. Il s'agit de : • M. Jean-Yves Rey, collaborateur depuis 17 ans, a été promu Sous-Directeur de CMT. Dans cette fonction nouvellement créée, il supervise l'administration, les finances, la taxe de séjour et les réservations. • M. Steve Bregy a été promu Responsable du Centre de Congrès en février 2011. • M. Mathieu Rittiner a été recruté au poste de Responsable Adjoint du Centre de Congrès. • MM. René Crettenand et Andy Bonnard sont venus renforcer l'équipe du Centre de Congrès pour assurer la mise en place et la technique des manifestations du Régent. • Avec l'engagement de M. Yann Rohrbach, le nouveau département Evénements et Animation a été créé. • Mme Sandra Crettenand a rejoint CMT en tant que Directrice Marketing, Ventes et Communication depuis une dizaine de jours. Le propos du Directeur de Crans-Montana Tourisme est retranscrit ci-dessous dans son intégralité. « Il y a tant de choses à dire que j'ai dû faire un choix, car on dit que gouverner c'est choisir. Je me suis donc concentré sur ce qui me semble le plus essentiel et le plus urgent. Alors « attachez vos ceintures, repliez votre tablette, placez le dossier de votre siège en position verticale et observez les consignes de sécurité. Nous vous rappelons qu'il est interdit de fumer dans les toilettes... ». Je commencerai, pour introduire mon propos, par vous lire un court extrait du journal « Le Temps », dans son édition d'hier. <i>« Une dizaine de stations (valaisannes) survivront sans doute sur la quarantaine que compte le canton aujourd'hui, capables de satisfaire une clientèle toujours plus exigeante »</i>
--	--

Le constat - implacable - tient en deux chiffres et deux courbes.

- Croissance du tourisme mondial depuis 20 ans : 214% (Organisation Mondiale du Tourisme)
- Evolution des nuitées à Crans-Montana depuis 20 ans : - 11%

Si nous étions, tous ici, les actionnaires d'une entreprise touristique - par exemple une station de ski intégrée comme il en existe ailleurs - qui, dans un marché en croissance globale de 214% sur 20 ans, accuserait un recul de 11% sur la même période, quelle conclusion en tirerions-nous, nous les actionnaires, à propos des acteurs de la destination?

Virez-les tous !!!

Car ces chiffres nous confirment ce que n'importe quel étudiant de première année d'école de commerce nous dirait en les voyant : notre offre touristique ne correspond plus à la demande, notre modèle touristique est devenu comme une chaussure de ski des années 60: obsolète !

Mais comme nous ne pouvons pas nous virer nous-mêmes, il nous reste alors deux choix possibles :

- 1/ continuer comme ça et déposer notre bilan très prochainement
- 2/ tout réinventer

Alors, sauf opposition farouche de votre part, je me propose d'étudier ici la deuxième option.

En commençant par faire l'inventaire des richesses touristiques de Crans-Montana. C'est généralement ce que l'on fait quand on veut repartir de zéro... On fait le bilan de ses ressources.

Et pour être sûr de ne pas me tromper, j'ai croisé toutes les bases de données informatiques disponibles de l'Ecole Hôtelière Les Roches, de La Haute Ecole de Tourisme de Sierre, de l'EPFL, de l'Harvard Business School du Massachussetts, et des départements marketing des groupes Louis Vuitton, Swatch, Rolex et des hôtels de la chaîne Ritz-Carlton.

Et à mon ordinateur ainsi chargé, j'ai donc posé **LA** question la plus importante pour faire le bilan de nos ressources : « Ordinateur, dis-moi quelle est, de toutes, la plus grande richesse touristique de Crans-Montana? »

- Est-ce notre Golf Club Crans-sur-Sierre, célèbre sous toutes les latitudes terrestres ? Réponse : NON !
- Est-ce notre climat exceptionnel avec nos 300 jours de soleil par an et notre air le plus pur de Suisse ? Réponse : NON !
- Est-ce notre panorama unique au monde ? Réponse : NON !
- Est-ce notre domaine skiable et ses 140 km de pistes en hiver et 280 km de randonnées en été, avec nos bisesses et nos alpages immaculés ? Réponse : NON !
- Nos 32 hôtels, couvrant toutes les catégories et tous les besoins, plus notre Summer Camp, mondialement célèbre ? Réponse : NON !
- Alors c'est forcément notre secteur immobilier résidentiel, à nul autre pareil en Suisse ? Réponse : NON !
- Nos 180 boutiques et 134 restaurants, véritable paradis alpin du shopping et de la gastronomie ? Réponse : NON !

Alors, comme je perdais sérieusement patience, j'ai demandé finalement à l'ordinateur de me révéler enfin quelle est, et de très loin, la plus grande richesse touristique de Crans-Montana :

Mesdames et Messieurs, voici sa réponse : « **Le Client !** »

Sans le client, pas de golf, pas de CMA, pas d'hôtels, pas de casino, pas d'agences immobilières, pas de funiculaire, pas de centre de congrès, pas de boutiques, pas de restaurants, pas de chalets ou de terrains à prix d'or, pas d'yeux pour regarder le panorama, pas de nez pour respirer l'air pur, **pas de Crans-Montana.**

Tout commence par le client, tout ramène à lui et lui seul crée la richesse, les emplois, les bénéfices, les investissements. Notre seul et unique avenir touristique, c'est le donc le client.

Parfait ! Alors intéressons-nous de toute urgence à cette richesse qui conditionne notre survie ! Et sans laquelle rien n'est possible. Et demandons-nous qui est ce client en 2012 ? d'où vient-il, quel âge a-t-il, que demande-il ? Comment vit-il ? Que savons-nous de lui ?

La vérité, Mesdames et Messieurs, c'est qu'aujourd'hui, il y a plein de choses fondamentales que nous ne savons pas sur nos clients à Crans-Montana. Et heureusement il y en a d'autres que nous savons.

Quelques exemples de données essentielles que nous ne savons pas ou très imparfaitement, et qui nous manquent cruellement à tous :

- Aucune statistiques pour notre destination n'existent à ce jour sur la segmentation de notre clientèle touristique par tranche d'âge, par profession, par sexe, par situation conjugale ou état civil, par nombre d'enfants, par revenus, par goûts et par préférences ou pratiques d'activités de loisirs.
- Aucune enquête de satisfaction à l'échelle de la station n'existe et ne nous renseigne sur ce que les clients pensent et attendent de nous.
- D'où viennent nos clients d'hôtels ? On ne le sait pas précisément. Pourquoi ? savez-vous que les statistiques récoltées en Suisse par les hôteliers pour l'office fédéral de la statistique et avec lesquelles nous travaillons tous les jours pour faire notre marketing touristique, eh bien ces statistiques recensent le pays d'origine des clients, et pas le pays de résidence ! Un exemple ? Il y a 100'000 Britanniques qui résident aux Emirats Arabes Unis. Lorsque l'un d'entre eux séjourne à Crans-Montana, il est comptabilisé comme un client venant du marché de Grande Bretagne et pas du Golfe Persique. Statistique erronée et donc trompeuse. Aujourd'hui, 350 millions de personnes dans le monde vivent et travaillent en dehors de leur pays d'origine, et ce nombre augmente chaque année. A quand la mise à jour des outils statistiques suisses du tourisme ?

Heureusement, il y a plein de choses sur nos clients que nous savons suffisamment aujourd'hui pour nous mettre sérieusement au travail et réinventer de fond en comble notre modèle touristique. Notre modèle économique touristique datant d'environ 40 ans et n'ayant presque pas évolué depuis, comparons les habitudes de comportement et de consommation des clients de 1970 et ceux de 2012. Que voyons-nous ?

Notre client d'il y a 40 ans, que l'on peut résumer sous une formule : « Simplement content d'être là... » **Pourquoi ?**

Voici le profil du client de 1970 : Europe en croissance et plein emploi, client serein, peu informé, patient, peu de choix et de concurrence, ne négocie pas les prix, prévisible, vit selon horaires fixes, habitudes de lieu de vacances, exerce un seul métier dans sa vie, sédentaire, fidèle, fait confiance avant tout au produit, recherche la sécurité, effectue de longs séjours, réserve à l'avance, annule à l'avance, voyage avec les mêmes personnes, sépare clairement vacances et business.

Notre Client de 2012, que l'on peut résumer sous une formule : « Je veux tout, tout de suite, sinon... » **Pourquoi ?**

Voici le profil du client de 2012 : Europe en crise et chômage, client stressé, très informé, impatient, choix immense et concurrence sauvage, négocie toujours les prix, imprévisible, vit selon horaires variables, pas d'habitudes de lieu de vacances, exerce plusieurs métiers dans sa vie, nomade, infidèle, fait confiance avant tout aux marques, recherche l'expérience, la nouveauté, courts séjours (2,9 nuits en moyenne), réserve last minute, annule last minute, voyage avec des personnes différentes, mélange vacances et business.

Concrètement, cela veut dire que notre client type de 2012, c'est-à-dire le consommateur mondialisé, veut à peu près tout ce que nous ne sommes plus capables de lui offrir à Crans-Montana aujourd'hui, pour inverser la tendance des 20 dernières années.

Et comme il a très peu de temps pour ses vacances, chèrement payées, chèrement conquises, planifiées dans l'urgence ou à la dernière minute, et qu'il arrive souvent totalement stressé en station, parfois au terme d'un long et fatigant voyage : il veut profiter de tout, et tout de suite, sans perdre de temps, depuis la toute première jusqu'à la toute dernière seconde de son séjour !

En conséquence de quoi, pendant son bref séjour chez nous, **il veut :**

1. Du savoir-faire : D'abord des infrastructures ultramodernes. Remontées mécaniques dernier cri, vaste domaine skiable, hôtels neufs ou entièrement rénovés, centres sportifs, de loisirs et de wellness de pointe, centre de congrès futuriste, vastes parkings éclairés et chauffés, transports publics rapides et surtout fréquents, nombreux commerces ouverts, une information instantanée et partout accessible, et un haut degré de sécurité pour lui et sa famille 24/24h.

Selon mes estimations, les besoins en financement d'infrastructures touristiques pour Crans-Montana au cours des dix prochaines années pour satisfaire cette clientèle se montent au minimum à 1 Milliard de Francs.

Ce Milliard se répartit ainsi :

- 600 millions pour recréer les 1'000 chambres d'hôtel qui ont fermé à Crans et à Montana depuis 20 ans au profit d'immeubles résidentiels occupés 1 mois sur 12, et dont la disparition nous prive chaque année de 120 millions de Francs de retombées économiques directes et indirectes. 1'000 chambres d'hôtels gérées par des grandes chaînes internationales qui vont nous permettre de faire redécoller notre destination. Car en matière touristique, il n'existe qu'une seule loi universelle. **C'est l'offre qui crée la demande, jamais le contraire !** Pour vous en convaincre, y avait-il un seul touriste sur le haut plateau avant que n'ouvre le premier hôtel de Crans-Montana en 1893?...
- 100 millions pour rénover les ¾ de notre parc hôtelier existant, qui a toute sa place, toute sa légitimité et qui doit être soutenu plus que jamais auparavant.
- 200 millions pour remettre à jour nos infrastructures sportives, à commencer par les remontées mécaniques et le développement de notre domaine skiable qui, avec seulement 140 km de pistes, ne figure plus et depuis longtemps sur les écrans radars des amateurs de grandes destinations de ski. Mais aussi le golf **et en particulier son club house**. Une patinoire digne de nos ambitions sportives. Et puis un vrai club de tennis comme il en existe à Megève où à Gstaad. Et enfin un centre aquatique de calibre international.
- 50 millions pour la reconstruction du centre de congrès, véritable pilier du développement économique de la station, avec une salle de spectacle polyvalente de 1'200 places minimum.
- 50 millions pour les aménagements urbains indispensables à une circulation fluide, et à la création de vastes zones piétonnes au cœur de la station.

Mais où diable va-t-on trouver cet argent, me demanderez-vous ? Je vous répondrai que la seule chose qui ne manque pas aujourd'hui dans le monde, c'est l'argent. Je vous répondrai aussi que la seule chose rare aujourd'hui dans le monde ce sont les idées et les talents.

Connaissez-vous ces noms: Colony Capital, Blackstone group, Qatari Diar, Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality, Invesco, Qatar Investment Authority, Starwood Capital, Cedar Capital ? Ces entreprises ne sont que quelques-unes parmi les dizaines de fonds immobiliers actifs dans l'hôtellerie, et qui investissent tous les ans, de par le monde, des milliards de dollars dans la construction, le développement ou le rachat d'établissements hôteliers. Pourquoi pas chez nous ? Mais parce que personne de chez nous n'est allé les voir et le leur a demandé !

Chaque année en mars, se tient à Berlin l'IHIF, « l'International Hotels Investment Forum », l'un des plus grands salons mondiaux spécialisé dans l'investissement hôtelier. La plupart des investisseurs hôteliers y sont présents ou représentés, la totalité des dirigeants des grandes chaînes hôtelières mondiales s'y retrouvent, ainsi que la fine fleur des cabinets de conseil et de développement de projets touristiques, sans compter les dirigeants des grandes écoles hôtelières internationales. Où sont les représentants de l'état du Valais et de Crans-Montana à cette Mecque de l'investissement hôtelier ?

Revenons à notre client de 2012.

- **Ensuite il veut du service** : Il ne veut plus faire la queue ni attendre aux caisses, aux remontées mécaniques, au check-in, au téléphone pour parler à Crans-Montana Tourisme, aux stations de bus, au restaurant, ou pour louer son matériel de ski, pour réserver sur Internet sa chambre d'hôtel ou son forfait de ski. Il veut qu'on l'accueille, qu'on l'écoute, il veut qu'on lui sourie tout le temps, même s'il est trop stressé pour être aimable. Il veut qu'on lui porte ses skis, qu'on lui ouvre la porte, qu'on lui livre sa pizza ou son foie gras 24/24h, dans sa chambre d'hôtel, dans son chalet ou dans son camping-car s'il le demande. Il veut qu'on lui lave sa voiture à la main, intérieur et extérieur, chaque fois qu'il le demande, et même s'il ne le demande pas, et qu'on lui cire ses chaussures de randonnée. Il veut, en station, un service de garde et d'urgence médicale 365 jours/an, 24/24h. Un service de dépannage 24/24h. Un poste de police ouvert 24/24h.
- **Il veut de la flexibilité**. Il ignore les heures des repas. Il veut pouvoir manger et boire à toute heure du jour et de la nuit, pouvoir skier à 22h et se baigner à 05h du matin dans la piscine de l'hôtel, surfer sur Internet partout et gratuitement en station, il veut des commerces ouverts tard le soir, à commencer par les commerces d'alimentation. Il veut pouvoir annuler sa table au restaurant à la dernière minute sans qu'on lui fasse la gueule, il veut pouvoir réserver pour 4 personnes et arriver à 8 sans qu'on lui fasse la leçon, il refuse de payer « plein pot » un abonnement de ski journalier les jours où le domaine skiable n'est ouvert qu'à moitié, il veut obtenir une réduction si sa chambre ne correspond pas à ce qu'il a réservé. Il veut pouvoir se faire rembourser tout de suite et avec le sourire quand il est dans son bon droit.
- **Enfin, quand il réclame** il veut qu'on l'entende, qu'on lui réponde en lui disant « merci de nous apprendre ce qui ne fonctionne pas assez bien chez nous pour vous satisfaire pleinement », car après tout « c'est notre job et notre plaisir de vous servir, et en plus c'est vous qui payez mon salaire, celui de mes employés et qui remboursez mon banquier ».

Rappelons-nous toujours de ce que disait César Ritz, Roi des hôteliers et hôtelier des Rois. Et valaisan de surcroît ! « Si un client vous demande la lune, ne lui dites jamais non !! ».

Alors, aux prestataires de service de la station je dis : entre un employé qui sourit tout le temps et ne sait pas tout faire et un employé qui sait tout mais qui fait la gueule, engagez toujours le premier car à celui qui sourit, le client s'attache et pardonne presque tout.

Aux hôteliers et aux restaurateurs je dis : ne refusez pas à vos employés la formation qui vous est proposée et dispensée gratuitement par **Ritzy**, l'organisme valaisan de formation professionnelle pour les métiers du tourisme. Cette formation est l'investissement le plus productif pour votre activité. Le Haut-Valais l'a bien compris, les cours là-bas y sont tellement suivis et prisés qu'ils ont lieu dans les stations même, alors que chez nous en Valais Romand, on doit les regrouper à Martigny tellement les inscriptions sont rares...

Aux autorités cantonales je dis : les métiers de service et du tourisme ne sont pas valorisants car ils ne sont pas valorisés ! Dans un canton où un emploi sur trois est lié au tourisme, à quand la célébration des métiers de la branche ? A quand les « Oscars du tourisme valaisan », où l'on récompensera publiquement et sous les projecteurs les meilleurs acteurs, les meilleures équipes, les meilleurs établissements, les meilleures destinations ? Les métiers de service sont nos métiers d'avenir. Il est grand temps d'en faire une priorité cantonale !

2. Enfin, et j'en terminerai par-là, notre client veut du « faire savoir », car le savoir-faire ne suffit plus dans un monde où la concurrence est universelle et sauvage, et où l'émergence de pays plus vastes et plus peuplés que notre continent va transformer notre vieille Europe en un nouveau tiers monde de la planète.

Le faire savoir, c'est le marketing de notre destination, c'est la promotion de la marque et de l'image de Crans-Montana qui doit s'intensifier et s'exporter pour ne pas disparaître.

Le faire savoir a un coût. Monsieur Alain Delamuraz, notre « guest speaker » d'aujourd'hui le sait bien, lui qui codirige l'une des marques horlogères les plus prestigieuses du globe. Blancpain fait-il des mauvaises montres ? Qui n'existent sur le marché que depuis quelques mois à peine ? Qui ne donnent pas l'heure exacte ? Qui ne sont pas merveilleusement sophistiquées et compliquées ? Qui ne sont pas manufacturées par les meilleurs artisans horlogers ? Qui n'innovent en rien ? Qui ne sont portées que par des inconnus ?

Alors pourquoi Blancpain a-t-il besoin de dépenser aujourd'hui des dizaines de millions chaque année en marketing et communication ? Et demain encore davantage ? Et après-demain plus encore ?

Mesdames et Messieurs, sachez-le, les moyens dévolus au marketing de Crans-Montana sont justes dérisoires au regard des défis qui nous attendent, à l'heure où le peuple helvétique a sonné le glas du développement immobilier résidentiel de notre destination, à l'heure où le franc Suisse fait figure d'épouvantail dans les catalogues des Tours opérateurs, à l'heure où 93% de notre clientèle vient de la zone Europe, le continent le plus touché par une crise qui va se prolonger, et à l'heure où il s'inaugure une nouvelle destination touristique de rêve toutes les semaines, quelque part dans le monde.

A court/moyen terme, et pour toutes les raisons invoquées ici, nos ressources actuelles consacrées au marketing **devront être multipliées par 3, au minimum.**

D'ici là, si vous croyez en notre vision et en notre action, alors soutenez-nous et devenez membre de Crans-Montana Tourisme. Pour la modique somme de CHF 100.-/an. Ça ne vous donne droit ni à une glace vanille gratuite chez Taillens, ni à un aller simple dans la télécabine de l'Aminona... Il s'agit avant tout d'un acte de foi en CMT.

Vous pourrez en revanche élire le comité de Crans-Montana Tourisme et être les premiers à savoir ce que nous faisons pour vous. Avec passion et détermination. Formulaires d'inscription et bulletins de versement à disposition.

Pour conclure, je voudrais adresser mes remerciements sincères :

- Aux Présidents des six communes, et au secrétaire général de l'ACCM, pour leur soutien renouvelé.
- A Monsieur Jean-Claude Savoy, pour avoir mené avec clairvoyance et doigté le projet de formulation de la Politique du Tourisme de Crans-Montana, document fondateur pour l'avenir de notre destination.
- Aux Délégués des six communes, pour savoir réagir, parfois dans l'urgence, à nos demandes ponctuelles de soutien financier supplémentaires permettant la création de nouveaux événements et l'organisation de campagnes promotionnelles de circonstances.

	• Au représentant de l'Etat du Valais ici présent, en charge du développement économique, pour son écoute attentive et bienveillante, et pour son soutien réitéré. • Aux mécènes, aux gestionnaires et aux bénévoles des grands événements de la station qui la mettent sur la carte du Monde : Omega European Masters, Caprices Festival, Coupes du Monde de Ski alpin, Nuit des Neiges, Cristal Festival, et j'en passe. • Aux commerçants et aux hôteliers qui continuent d'investir dans leur outil de travail et dans le service à leur clientèle. • Au Président et au Comité de CMT pour leur soutien renouvelé. • Enfin, à mon équipe, à qui je demande de se remettre en question chaque jour et qui, après 14 mois de ma prise de fonction, continue à me soutenir et surtout à me supporter, ce qui n'est pas la moindre des choses... Longue vie à Crans-Montana, le plus beau pays des Alpes !!! Merci de votre attention. <i>Philippe Rubod, Directeur de Crans-Montana Tourisme »</i>
5. Présentation des comptes 2010/11 par M. Jean-Yves Rey, Sous-Directeur de CMT	M. Jean-Yves Rey, Sous-Directeur et responsable administratif et finances, présente les comptes d'exploitation et le bilan au 31 octobre 2011, et invite l'assemblée à les consulter dans le rapport de gestion. L'exercice 2010/11 se solde par un déficit d'exploitation de CHF 78'257.-, alors que CHF 30'675.- de pertes avaient été budgétisés. Ce résultat peut être considéré comme <u>très satisfaisant</u>, au vu des nombreux facteurs extérieurs non maîtrisables qui ont eu des répercussions certaines sur la fréquentation touristique et donc sur la comptabilité de CMT. Le Sous-Directeur cite le faible enneigement de l'hiver 2010/11 et le matraquage médiatique vis-à-vis de la cherté du franc. Cette perte ramenée au bilan laisse encore apparaître une fortune nette de CHF 118'861.-, ce qui est tout à fait appréciable en ces temps de conjoncture incertaine. Le résultat d'exercice annoncé, le Sous-Directeur présente dans les grandes lignes la composition des produits d'exploitation 2010/11. Le total des produits, sans tenir compte du Centre de Congrès, s'élève à CHF 5'517'016.-. Le Centre de Congrès a généré un chiffre d'affaires de CHF 1'354'842.-, en baisse de 18.14% par rapport à l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation du Centre de Congrès se solde par un déficit de CHF 387'227.-, couvert par les communes jusqu'à hauteur de CHF 450'000.-. Le total des produits du Régent atteint ainsi les CHF 1'742'069.- et les produits d'exploitation consolidés s'établissent à CHF 7'259'085.-. Les charges d'exploitations sont ensuite passées en revue. Le total des charges d'exploitation sans le Centre de Congrès se monte à CHF 5'595'273.-. Quant au Centre de Congrès, le total de ses charges est inférieur à l'exercice précédent et se monte à CHF 1'742'069.-. Le total des charges d'exploitation consolidées se monte donc à CHF 7'337'343.-. Le Sous-Directeur commente ensuite le bilan. A l'actif, il constate que la santé financière de CMT est excellente avec de bonnes liquidités assurées sur tout l'exercice. Le total de l'actif se monte à CHF 2'632'255.-. Au final, la nouvelle fortune de CMT s'établit à CHF 118'861.-. Le total du passif est identique à celui de l'actif, soit CHF 2'632'255.-. Aucune question n'est posée par l'assemblée au sujet des comptes 2010/11. M. Jean-Yves Rey procède aux remerciements d'usage. Il remercie particulièrement les membres de la commission des finances de CMT et son Président, M. Claude Robyr. Il adresse également ses remerciements aux vérificateurs des comptes, ainsi qu'aux communes et à l'ACCM pour leur appui et la confiance accordée. A l'issue de sa présentation, le Sous-Directeur est chaleureusement remercié et félicité pour son travail.

6. Rapport des vérificateurs aux comptes	M. Olivier Mähli lit le rapport de l'organe de révision, qui recommande d'approuver les comptes annuels 2010/11 présentant un bénéfice au bilan de CHF 118'861.-.
7. Approbation des comptes et décharge aux organes responsables	Les comptes sont soumis à l'assemblée. Le Président demande d'approuver les comptes par main levée. Les comptes 2010/11 sont acceptés à l'unanimité par l'assemblée, qui donne décharge aux organes responsables.
8. Modification de l'article 9, paragraphe 1) des statuts concernant la présentation et l'approbation du budget annuel : décision	Une explication est fournie par le Directeur de CMT quant à la modification statutaire de l'article 9, paragraphe 1) proposée à l'assemblée. Le nouveau texte prévoit de réunir l'Assemblée Générale ordinaire deux fois l'an, la première fois pour l'approbation des comptes de l'exercice précédent et la deuxième fois pour l'approbation du budget du prochain exercice, au lieu de l'unique fois en vigueur actuellement. Le Directeur relève des changements fréquents dans la planification de l'entreprise tous les six mois dans la pratique actuelle et il évoque un manque de visibilité pour prévoir un budget à six mois. Il est dès lors indispensable de convoquer une deuxième assemblée générale en automne pour la présentation et l'approbation du budget annuel du prochain exercice, afin d'assurer une meilleure précision des budgets. Le nouveau texte proposé au vote est le suivant : «Art. 9 L'assemblée générale ordinaire se réunit deux fois l'an : -la première fois pour l'approbation des comptes de l'exercice précédent dans les six mois qui suivent la clôture dudit exercice (31 octobre) ; -la deuxième fois pour l'approbation du budget du prochain exercice dans le mois qui précède ledit exercice (1er novembre). » Le vote est effectué par main levée et l'assemblée accepte à l'unanimité la modification statutaire de l'article 9, paragraphe 1) concernant la présentation et l'approbation du budget annuel.
9. Divers & questions 9.1. IMAGE POSITIVE DE LA STATION 9.2. PRIORITÉS POUR LA STATION	M. Alain Duc, Président de la Société des hôteliers, relève l'importance d'une publicité efficace qui a été soulignée lors de cette assemblée, ainsi que dans l'exposé de M. Alain Delamuraz. A ce sujet, il déplore la vision de la station donnée par M. Antoine Hubert dans l'édition d'avril du journal Sixième Dimension, qu'il qualifie de négative. Il estime que les partenaires sont conscients de la nécessité d'investir dans les hôtels de la station. M. Amédée Duc, Président du syndicat des propriétaires de terrains du golf, estime qu'une grande partie des propos tenus par le Directeur de CMT dans son discours ne sont pas réalisables. Il affirme que Crans-Montana n'est pas passé à côté de la réussite, les communes disposant actuellement de moyens plus considérables que lorsqu'il était lui-même conseiller communal. Il qualifie la saison d'hiver 2011/12 de difficile et d'étrange. Il propose, avant de construire de nouveaux établissements, de remplir en priorité les hôtels existants. Il rend également attentif au fait qu'un plus grand nombre de lits hôteliers signifie plus de clients dans la station et, par conséquent, plus d'attente dans les lieux publics. Il propose plutôt de mettre la priorité sur la construction d'infrastructures, notamment d'un centre sportif et d'une piscine municipale, qui sont attendus depuis bien longtemps.

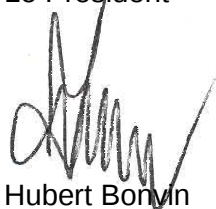
9.3. TRAVAUX DE LA PATINOIRE D'YCOOR	Mme Marie-Claire Barras, de la papeterie du Haut-Plateau, souhaite connaître l'état du dossier des travaux d'Ycoor, pour pouvoir informer correctement sa clientèle. M. Francis Tapparel, Président du Comité Directeur de l'ACCM, est invité par le Directeur de CMT à répondre à cette question. M. Tapparel indique que la station de Crans-Montana souffre beaucoup des oppositions. Les travaux d'Ycoor n'ont pas pu débiter après Pâques comme prévu à cause de l'opposition d'un hôtel. M. Tapparel informe que les négociations sont toujours en cours, également sur le site Stéphani, où une autre opposition d'un privé bloque le projet. M. Frank Pages, de la Galerie Frank Pages, souhaite que les identités des deux personnes qui font opposition au projet soient révélées. Il déplore le fait que les projets soient toujours retardés à Crans-Montana. Le Président du Comité Directeur de l'ACCM indique qu'une procédure est en cours et que par conséquent les personnes resteront anonymes.
9.4. INTERVENTION DE M. GASTON BARRAS	M. Gaston Barras, Président du Golf-Club Crans-sur-Sierre, communique son plaisir d'être présent à cette assemblée. Il s'étonne de la proposition faite aux participants de devenir membres de CMT, alors que toutes les personnes présentes devraient déjà l'être. Il rappelle qu'il est membre de la société de développement depuis 1954 et qu'il a été l'initiateur de la fusion des deux offices du tourisme, pour autant que les statuts garantissant la sauvegarde des intérêts des deux sociétés soient respectés. Il remercie le Président de CMT pour la diffusion des chiffres concernant l'Omega European Masters qui est un véritable succès. Il félicite son directeur, M. Yves Mittaz et se demande pourquoi tout le reste ne fonctionne pas à Crans-Montana. M. Barras craint qu'il n'y ait bientôt plus personne dans la station. Selon lui, la station a du potentiel, l'environnement est exceptionnel et le climat mériterait d'être mieux mis en avant. Il prend l'exemple des brochures et autocollants du Golf-Club en format de poche à distribuer partout pour faire connaître la station. Il prie les dirigeants de CMT d'arrêter de tourner en rond et propose de leur fournir une explication sur la manière de faire fonctionner la station. Le Directeur de CMT répond à l'interrogation de M. Barras et précise qu'il y a bel et bien dans l'assemblée des non membres invités par CMT, d'où l'appel à s'inscrire.
9.5. PROJET DE SALLE DE CONCERT	Mme Béatrix Laudann souhaite savoir si un projet de réalisation d'une salle de concert pour la station est prévu. M. Francis Tapparel, Président du Comité Directeur de l'ACCM, indique qu'en ce qui concerne la salle de concert, les communes vont mettre l'accent sur le Centre de Congrès. Il évoque le projet de faire du Régent un Centre de Congrès cantonal, avec le soutien du canton. Une grande salle adaptée serait dès lors aménagée. Le Président parle d'un futur proche, soit d'ici quatre à six ans. Cependant, il n'y a pas d'autres projets de salles de concert au programme des cinq à dix prochaines années. Le Président relève les nombreux investissements futurs déjà prévus.
9.6. PÉRIODES CREUSES	Mme Dalila Touam, de l'agence Solalp, signale que les périodes d'entre saisons sont bien marquées. Elle s'enquiert de la création d'une offre bien précise pour attirer la clientèle lors de ces périodes de l'année. Le Directeur de CMT indique que plusieurs axes sont étudiés : -l'axe événements / congrès, pilier du développement économique de Crans-Montana. Pour cela, une mobilisation financière importante est indispensable pour offrir un centre de congrès de calibre régional et même national. -l'axe wellness / médical, médecine douce, dont le potentiel de développement est grand. C'est un marché qui fonctionne extrêmement bien. -l'axe des disciplines non touristiques, telles la recherche, l'éducation, la gestion financière, qui offrent des emplois à l'année.
9.7. FÉLICITATIONS	M. Johnny Glettig, délégué de l'ACCM, remercie et félicite le Directeur pour cette Assemblée Générale et pour son discours visionnaire, qu'il entend pour la première fois de la part d'un directeur de CMT. Il souligne la mise en scène de qualité et encourage chacun à aller de l'avant. Le Directeur de CMT remercie chaleureusement M. Glettig pour ses compliments.

	La parole n'étant plus demandée, le Directeur de CMT clôt l'Assemblée Générale. Il remercie l'assemblée pour sa participation et souhaite à chacun une excellente soirée. Il invite les membres de CMT à suivre les hôtesse du Caprices Festival, pour la suite du programme. Il profite pour remercier chaleureusement les organisateurs du Caprices Festival pour la soirée proposée aux membres de Crans-Montana Tourisme.
--	---

Lu et approuvé par le Président, M. Hubert Bonvin et le Directeur, M. Philippe Rubod.

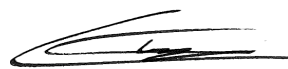
CRANS-MONTANA TOURISME

Le Président



Hubert Bonvin

La Secrétaire



Florence Clivaz