

Rapport de Gestion
Crans-Montana Tourisme & Congrès

2025



Table des matières

Mot du Président	3
Mot du Directeur	4
L'année 2025 en revue	5
> Activités et Offres touristiques	
> Stratégie événementielle	
> Événements organisés par CMTC	
> Événements organisés par nos partenaires	
> Accueil & Information	
> Marketing & Communication	
> Vente, Marchés & Réservations	
Centre de Congrès Le Régent	64
Ressources humaines	68
Qualité & Durabilité	75
Évolution de la demande	76
Finances	81

Mot du Président



Chers membres, chers partenaires, chers collaborateurs,

C'est avec beaucoup de plaisir, de reconnaissance mais également avec une certaine émotion, que je vous accueille à cette Assemblée générale de Crans-Montana Tourisme & Congrès.

Cette assemblée revêt pour moi un caractère particulier, puisqu'après douze années de présidence, j'ai décidé de remettre mon mandat. Douze années particulièrement enrichissantes, marquées par de nombreux défis, de belles rencontres, des projets ambitieux et surtout par un engagement collectif remarquable au service de notre destination et de notre région.

Lorsque nous regardons le chemin parcouru depuis 2014, nous pouvons mesurer l'ampleur des transformations réalisées. Ensemble, nous avons contribué à renforcer et professionnaliser notre organisation, moderniser nos outils de travail, développer l'offre touristique quatre saisons, accompagner l'émergence de nouveaux événements d'envergure et renforcer considérablement le positionnement de Crans-Montana sur les marchés nationaux et internationaux.

Nous avons également traversé des périodes complexes, notamment la pandémie de COVID-19, qui a profondément impacté le monde du tourisme. Dans ces moments difficiles, notre destination a démontré sa capacité d'adaptation, sa créativité et la qualité de la collaboration entre ses différents acteurs.

Aujourd'hui, Crans-Montana bénéficie d'une attractivité renforcée. Les Championnats du monde de VTT 2025, les futurs Championnats du monde de ski alpin 2027, l'accueil de grands événements internationaux tels que l'Omega European Masters ou le trail du Wildstrubel témoignent de la dynamique positive engagée depuis plusieurs années. Ce sont aussi des événements ponctuels comme l'étape du Giro d'Italia qui consolident cette vocation d'organisateur, propre à notre destination.

Les résultats obtenus ne sont évidemment jamais le fruit d'une seule personne. Ils reposent avant tout sur un travail d'équipe. Je tiens ainsi à remercier sincèrement les membres du comité, notre directeur Bruno Huggler et l'ensemble des collaborateurs de Crans-Montana Tourisme & Congrès pour leur professionnalisme et leur engagement. Mes remerciements vont également à nos communes, aux partenaires institutionnels et économiques, aux remontées mécaniques, aux organisateurs d'événements, ainsi qu'à tous les professionnels du tourisme qui participent chaque jour au rayonnement de notre destination.

Mais Crans-Montana est désormais également confronté à une autre réalité, bien plus douloureuse: le drame survenu le 1^{er} janvier 2026. Depuis ce jour, nos pensées accompagnent quotidiennement les victimes, leurs familles et leurs proches. Cet événement a profondément marqué notre destination et l'ensemble de celles et ceux qui y vivent, qui y travaillent ou qui y séjournent. Plus que jamais, cette période nous rappelle combien les valeurs humaines, la solidarité et la cohésion entre les acteurs de la destination sont essentielles.

Je quitte cette fonction avec beaucoup de reconnaissance et une grande confiance en l'avenir. Crans-Montana possède des atouts exceptionnels, une identité forte et une capacité de résilience qui lui permettront de poursuivre son chemin avec ambition et responsabilité.

Servir cette destination durant ces douze années aura été un privilège et une expérience humaine particulièrement précieuse.

Je vous remercie sincèrement de votre confiance, de votre soutien et de votre engagement tout au long de ces années.

Je vous souhaite une excellente assemblée générale.

Jean-Daniel Clivaz

Président, Crans-Montana Tourisme et Congrès

Mot du Directeur



L'année touristique 2025 (novembre 2024 à octobre 2025) confirme une dynamique positive pour Crans-Montana et reflète l'attractivité croissante de notre destination. L'hôtellerie enregistre une progression de +8,6 % de nuitées. La saison estivale se distingue particulièrement avec une croissance de +11,4 %, illustrant clairement notre progression vers un tourisme réparti sur quatre saisons. En termes de fréquentation globale, les nuitées de la clientèle suisse augmentent de +3,6 %, tandis que celles des hôtes étrangers progressent de +20,2 %.

Cette dynamique repose sur une année exceptionnellement riche en événements majeurs, renforçant à la fois notre visibilité et notre positionnement. L'Omega European Masters, les Coupes du monde de ski, le trail Wildstrubel by UTMB et, en point d'orgue, les Championnats du monde de VTT 2025, organisés avec grand succès sous la conduite de CMTC, ont constitué des temps forts marquants. À cela s'ajoutent de nombreux événements culturels particulièrement attractifs et distinctifs – Am Stram Gram, le Chemin des Lanternes, la Fête nationale, Wine & Music, entre autres – majoritairement portés par CMTC, qui contribuent à faire de Crans-Montana une destination vivante et animée tout au long de l'année. Par

ailleurs, l'émission Donnschtig-Jass, l'une des plus suivies de la SRF, a offert une visibilité exceptionnelle, bien que ponctuelle, sur le marché suisse alémanique.

En parallèle, le Centre de congrès Le Régent s'affirme comme un outil stratégique dans le développement du segment Meetings, Incentives, Congress et Events (MICE). Nous entendons poursuivre son positionnement en tant que véritable lieu de rencontre pour séminaires, congrès et événements, afin de renforcer notre activité en dehors des périodes de vacances.

Ces résultats encourageants ne doivent toutefois pas occulter les défis à relever. Notre ligne directrice reste claire: le bon client, au bon moment, au bon endroit. Cela implique une diversification continue de nos marchés, mais aussi une approche plus ciblée et précise dans nos actions. Il s'agit notamment de mieux exploiter le potentiel du marché suisse en s'adressant à des régions aux calendriers de vacances complémentaires, tout en renforçant la synergie entre tourisme de loisirs et MICE. L'objectif est d'améliorer durablement les taux d'occupation en répondant aux attentes d'une clientèle exigeante, sensible à une offre qualitative, cohérente et bien structurée.

Dans ce contexte, la prolongation des saisons constitue un levier essentiel. Elle nécessite cependant une coordination renforcée entre les acteurs de la destination afin de garantir une offre cohérente, disponible et attractive sur l'ensemble des périodes.

Un autre enjeu majeur concerne la collecte, la consolidation et l'exploitation de données pertinentes permettant de piloter le développement économique de la destination. L'accès à des données fiables et partagées reste aujourd'hui insuffisant. Or, des décisions stratégiques solides reposent sur des indicateurs robustes. Nous avons besoin, à cet égard, de l'engagement et de la collaboration de l'ensemble des partenaires afin de structurer une base de données commune.

À l'horizon, plusieurs défis se dessinent: la sensibilisation au tourisme, l'attractivité des métiers, la stratégie du logement, la mobilité, le contexte économique et la pression du franc fort, pour n'en citer que quelques-uns. Dans le même temps, les opportunités liées à l'intelligence artificielle doivent être pleinement saisies, tout en gardant à l'esprit l'essentiel: la relation humaine, qui demeure au cœur de l'expérience et de la qualité de l'accueil.

Notre ambition est claire: développer Crans-Montana comme un écosystème cohérent – un lieu de vie, d'habitation, de travail, de loisirs et de vacances. Dans cette perspective, notre rôle de Destination Management Organisation (DMO) évolue vers celui d'un acteur moteur et coordinateur du développement global et harmonisé de la destination.

À l'approche des Championnats du monde de ski alpin 2027, une opportunité majeure s'offre à nous. Nous aurons l'occasion de démontrer, auprès d'un large public, notre capacité à être des hôtes d'excellence. Cet événement doit constituer un jalon, et non une finalité. Il nous appartient de capitaliser sur cette dynamique pour poursuivre les investissements et le développement dans une logique de durabilité économique, sociale et environnementale.

Plus que jamais, la cohérence de notre action collective et la qualité des expériences que nous proposons feront la différence. Je vous remercie sincèrement pour votre engagement et pour la qualité de notre collaboration.

Bruno Huggler

Directeur, Crans-Montana Tourisme et Congrès

L'année 2025 en revue

Activités et Offres touristiques



Bike

Le développement du VTT à Crans-Montana s'inscrit dans une stratégie de longue date. La destination est reconnue pour son fort potentiel, grâce à un terrain naturellement varié, allant de la plaine aux sommets. L'affirmation du VTT comme l'un des piliers stratégiques de Crans-Montana repose sur des engagements forts envers les clients :

- > Proposer des pistes parmi les plus spectaculaires et attractives des Alpes, afin de faire découvrir en VTT une région réputée pour ses panoramas exceptionnels.
- > Offrir des itinéraires balisés à toutes les altitudes, pour une pratique accessible de mars à novembre.
- > Développer une offre complète et diversifiée, adaptée à tous les types de clientèle.
- > Garantir un réseau sécurisé, balisé et parfaitement entretenu.
- > Proposer une expérience globale, allant de l'hébergement aux services, en passant par l'organisation d'événements et l'ambiance générale de la destination.
- > Mettre à disposition des solutions digitales modernes pour informer et guider les vététistes.

L'année 2025 a vu Crans-Montana franchir plusieurs étapes importantes avec l'homologation de nouveaux parcours issus du « Masterplan 1.0 ». L'offre s'est ainsi enrichie de 49 km de nouveaux tracés. Parallèlement, 22 km jugés peu attractifs ont été retirés du réseau homologué. Désormais, le réseau compte 139 km de pistes, dont 8 km de descente.

Au-delà de l'offre VTT, Crans-Montana s'engage également dans le développement du gravel, une discipline qui s'impose comme une tendance majeure du cyclisme en proposant une alternative polyvalente entre route et tout-terrain.

Si 2025 été une année clé dans le développement du VTT à Crans-Montana, l'avenir est déjà en marche, puisque l'élaboration d'un « Masterplan 2.0 » est en cours, avec pour objectif l'homologation de nouveaux itinéraires dans les prochaines années.

Les principales nouveautés de 2025



- > Le nouveau *Plaine-Morte Bike*, un parcours « signature » particulièrement spectaculaire au départ de la Plaine Morte, avec près de 3'000 mètres de dénivelé négatif jusqu'à Sierre.
- > De nouvelles sections ajoutées au *Flowtrail Crans-Montana – Sierre*, renforçant le caractère ludique et fluide du tracé.
- > Le nouveau *Flowtrail Arnouva*, un parcours de 2,5 km idéal pour découvrir la discipline.
- > L'homologation des premiers itinéraires gravel: *Aminona Gravel*, *Miriouges Gravel* et *Louché Gravel*.

Chemin des Lanternes

Chaque hiver, le Chemin des Lanternes est une attraction très attendue, fréquentée tant par la population locale que par les touristes en séjour à Crans-Montana, ainsi que par de nombreux excursionnistes venus spécialement découvrir les œuvres lumineuses, participer à la chasse au trésor pour les enfants, assister aux spectacles ou simplement se promener.

Durant l'hiver 2024/2025, le Chemin des Lanternes a accueilli 87'866 visiteurs, un nouveau record de fréquentation, porté notamment par une thématique particulièrement attractive – l'Univers – ainsi que par *Synesthesia*, des concerts de piano associés à des jeux de lumières, fruits d'une collaboration avec le Vision Art Festival (VAF) et Crans-Montana Classics.

Désormais renommée « Association Chemin des Lanternes », l'organisation s'appuie sur le team événements de CMTC ainsi que sur le Service des sports et loisirs de l'ACCM afin d'offrir, chaque hiver, une expérience féérique à Crans-Montana.



Snowisland, Ycoor et La Moubra, Etang Long

Ycoor, La Moubra, le Snowisland (en hiver) et l'Étang Long (en été) s'imposent comme des espaces de loisirs incontournables pour les familles, grâce à une offre d'activités variée et en constante évolution :

- > **Ycoor** : Dédié aux sports de glace en hiver, Ycoor se transforme durant l'été pour accueillir de nombreux événements. Une multitude d'activités y sont également proposées, telles que le mini-golf, les petites voitures électriques, une place de jeux, la Maison de Bibi ou encore le patinage dans la halle de curling. En 2025, deux nouvelles infrastructures y ont été installées, un terrain de football gonflable et un Bungee Trampoline.
- > **La Moubra** : Avec son terrain de football, le Crans-Montana Sports Center (padel, tennis, escalade, etc.), sa plage avec accès au lac, l'accrobranche, le camping, le terrain de beach-volley, les pédalos ou encore le Family Forest Loop, La Moubra constitue un véritable paradis pour les familles et les amateurs de loisirs de plein air. Le site accueille également plusieurs événements, tels que le *Blues N'Rock@Lake Moubra* ainsi que, en 2025, le *Donnschtig-Jass* et le Cirque Helvetia.
- > **Snowisland** : Parcours de golf prestigieux en été, le Severiano Ballesteros se transforme en centre de loisirs en hiver. Ski, luge, ski de fond, airbag, petites motoneiges électriques, balades en raquettes ou encore Bungee Trampoline enchantent petits et grands. La Maison de Bibi vient compléter l'offre de cet espace nature situé en plein cœur de la destination.
- > **Étang Long** : Avec son Beach Club, sa piscine, ses watergames et son Wake Park, l'Étang Long s'impose comme le principal pôle d'activités nautiques de la destination. Complété par une aire de jeux, le site attire chaque été de nombreux visiteurs.





Gastronomie, restauration

La gastronomie et les produits du terroir constituent l'un des marqueurs identitaires forts de Crans-Montana. Entre tables gastronomiques, établissements conviviaux, caves renommées, alpages et producteurs locaux, la destination propose une expérience culinaire riche et variée, mêlant traditions valaisannes et influences internationales. Avec près de 130 établissements publics, dont une large part ouverte toute l'année, une vingtaine de vigneron-encaveurs ainsi qu'un tissu dynamique d'artisans et de producteurs, Crans-Montana est une destination gastronomique de premier plan.

Plusieurs acteurs du secteur se sont particulièrement illustrés en 2025 :

- › Lors de la cérémonie du Grand Prix du Vin Suisse 2025, tenue le 15 octobre, la Cave La Romaine a été sacrée « Cave de l'année », avec six vins primés, dont deux podiums majeurs : le Chardonnay Réserve 2022 (vainqueur de sa catégorie) et le Merlot Restaurateurs 2022 (3^e place). Au total, 13 vins du Haut-Plateau ont été récompensés (11 médailles d'or et 2 d'argent).
- › L'excellence des vins de la région a été confirmée par le guide Gault&Millau 2026, qui recense parmi les 150 meilleurs vigneron suisses 42 domaines valaisans (un record), dont 4 encaveurs du Haut-Plateau : la Cave Le Tambourin, la Cave La Romaine, le Clos de Tsampéthro et Histoire d'Enfer.
- › Lors de la deuxième édition des Championnats du Monde de la Raclette, organisée du 24 au 26 octobre 2025, l'Alpage de la Cave du Sex, situé sur les hauteurs de Crans-Montana, a été sacré champion du monde dans la catégorie reine du fromage d'alpage. La compétition a réuni 150 fromages issus de 12 pays.
- › Les chefs Franck Reynaud (L'Ours) et Yannick Crepau (LeMontBlanc) ont conservé leur étoile au Guide Michelin.
- › Onze établissements figurent dans l'édition 2026 du Gault&Millau, pour un total de 156 points. L'Ours du chef Franck Reynaud est distingué comme meilleur restaurant du Valais, étant le seul établissement du canton à obtenir 18 points. Les autres établissements distingués sont : leMontBlanc (16 points), La Maison Crans Montana, Le Partage, le Bistrot des Ours, le Restaurant FIVE, le Wild Cabin (13 points), le CaSy, le Kaizen, La Muña et Le Monument (12 points).
- › Le 17 juin 2025, les Swiss Location Awards® ont récompensé les plus beaux et meilleurs lieux de Suisse pour l'organisation d'événements et d'expériences originales. Crans-Montana s'est particulièrement distinguée avec dix établissements primés dans différentes catégories.

Indicateurs de performance « Activités et offres touristiques »

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Chasse au trésor de Bibi - enfants	-	-	800	-
Beach Club - visiteurs	39 000	40 000	48 000	+20% 
Chemin des Lanternes - visiteurs	54 000 ^(23/24)	87 866 ^(24/25)	82 866 ^(25/26)	-6% 

Stratégie événementielle

A Crans-Montana, l'accueil d'événements prestigieux et l'organisation de nombreuses manifestations est une tradition ! Si cette orientation stratégique enchante évidemment les hôtes et les partenaires puisqu'elle génère beaucoup d'animations, elle permet aussi de faire rayonner la destination en Suisse et à l'étranger.

Pour mémoire, encourager l'organisation d'événements permet de :

- > renforcer le positionnement de la destination
- > augmenter son rayonnement et sa notoriété
- > attirer de nouveaux visiteurs
- > divertir les touristes présents
- > allonger les périodes de haute saison
- > mettre en valeur les investissements et l'innovation dans les produits clés (sports de neige, golf, familles, bike, trail, randonnées hiver/été, culture, sports d'action, lifestyle, MICE).

Un travail d'équipe

Organiser des événements fait partie de la culture de Crans-Montana. Lors des petites comme des grandes manifestations, de nombreux acteurs sont mobilisés. Nous remercions particulièrement l'investissement et l'engagement :

- > du **Service Sports et Loisirs de l'ACCM** dont l'équipe menée par Jean-Yves Rey est essentielle à l'organisation de toutes les manifestations.
- > des **comités d'organisation** qui s'investissent souvent bénévolement.
- > des **autorités et administrations communales** qui délivrent les autorisations, mettent à disposition des espaces et investissent dans les infrastructures.
- > du **Centre de Secours Incendie** et de la **police intercommunale** qui collaborent avec chaque organisation pour garantir la bonne tenue des événements.

Un soutien financier direct de l'ACCM et de CMTC

Les comités d'organisation actifs à Crans-Montana ont la possibilité de solliciter un soutien financier. En 2025, CHF 1.87 mio de subventions ont ainsi été distribués aux organisateurs dont les événements répondaient aux nombreux critères exigés. **Ce montant est financé par l'ACCM (85%) et CMTC (15%).**

L'attribution des subventions est décidée par :

- > CMTC et l'ACCM, qui attribuent des subventions pour les événements (en majorité) sportifs à l'aide d'une grille d'évaluation.
- > La fondation Les Rencontres de Crans-Montana, qui attribue les subventions pour les événements culturels.
- > Crans-Montana Arts & Métiers, qui attribue les subventions pour l'animation des rues commerçantes de la destination.

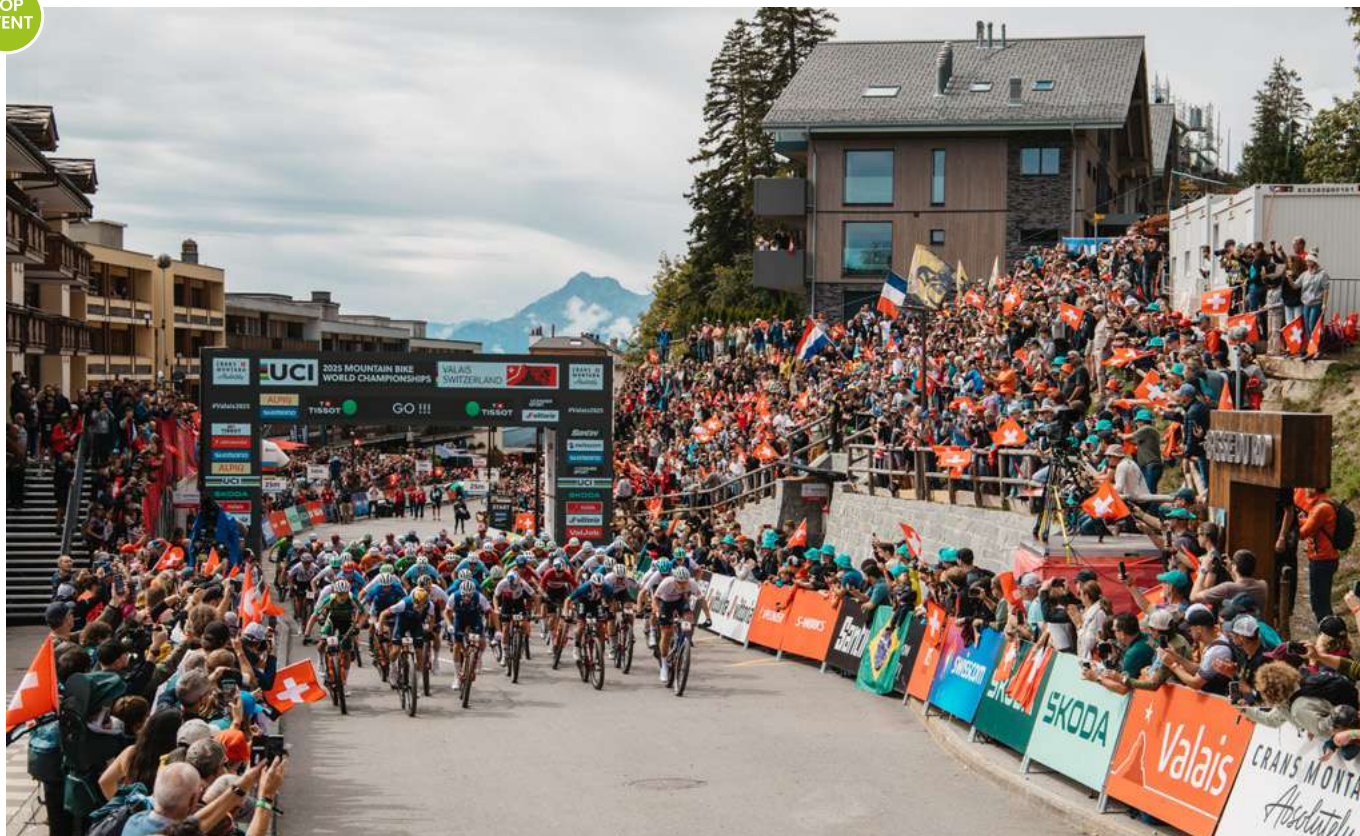
Événements organisés par CMTC

Avec une équipe de trois collaborateurs, renforcée par de nombreux bénévoles et auxiliaires, le team événements de CMTC conçoit et organise des manifestations tout au long de l'année. En 2025, CMTC a ainsi directement animé 29 journées d'événements, sans compter les collaborations menées avec différents comités d'organisation, tels que l'Association du Chemin des Lanternes ou encore l'Audi FIS Coupe du monde de ski alpin.

La plupart des événements pilotés par CMTC sont désormais bien établis dans le calendrier de la destination. Ils font continuellement l'objet d'évolutions et d'améliorations afin d'enrichir l'expérience des visiteurs. La durabilité demeure également au cœur des préoccupations de l'organisation, à travers des mesures concrètes telles que :

- > Privilégier les partenaires locaux pour les infrastructures, la sécurité et la restauration.
- > Valoriser les produits du terroir ainsi que les vins de Crans-Montana.
- > Engager des auxiliaires domiciliés dans la région.
- > Limiter le gaspillage et favoriser l'utilisation de matériaux durables (tri des déchets, vaisselle réutilisable, réemploi du matériel, etc.).



TOP
EVENT

Championnats du Monde Mountain Bike UCI Valais 2025

Dans le cadre de sa stratégie VTT, CMTC s'est fixé pour objectif de positionner Crans-Montana comme lieu d'accueil de grands événements internationaux. En seulement quelques années, cette ambition s'est concrétisée de manière remarquable avec l'organisation, à Crans-Montana, de l'épreuve reine du Cross-Country dans le cadre des Championnats du Monde Mountain Bike UCI Valais 2025. Le Cross-Country représente la discipline emblématique du VTT et la seule discipline olympique de ce sport.

La candidature avait été lancée au printemps 2020, avec la volonté de développer progressivement la destination à travers des événements de référence, notamment les Enduro World Series en 2021 et 2022, les Championnats suisses, puis les UCI Mountain Bike World Series (Coupe du Monde) en 2024. Les Mondiaux 2025 ont constitué l'aboutissement de cette stratégie et transformé Crans-Montana en véritable capitale mondiale du VTT durant quatre jours de compétitions spectaculaires.

L'un des principaux défis résidait dans la conception, la réalisation et l'homologation d'un parcours répondant aux exigences extrêmement élevées de l'UCI et des organisateurs internationaux. Grâce à l'engagement des communes, de l'ACCM à travers son service Sports & Loisirs, de CMTC et des partenaires de la destination, un parcours de très haut niveau a pu être aménagé entre le centre de la destination et le lac de Chermignon. Le tracé a été largement salué et félicité par les athlètes pour sa qualité, son intensité et son caractère spectaculaire.

Au total, 24'000 spectateurs ont assisté aux compétitions, avec la présence des meilleurs athlètes mondiaux, des médias internationaux, des équipes et des officiels. Diffusé dans le monde entier, l'événement a considérablement renforcé le positionnement de Crans-Montana comme destination phare du bike et généré d'importantes retombées économiques et médiatiques.

L'organisation de l'événement, placée sous la responsabilité de CMTC, a constitué l'un des projets majeurs de l'année 2025. Au-delà de l'événement lui-même, cette dynamique doit également avoir un effet positif durable sur la jeunesse, la relève et le développement de la pratique du VTT dans la région.

Fort du succès rencontré et de l'intérêt maintenu par Warner Bros. Discovery, détenteur des droits du circuit mondial, Crans-Montana souhaite désormais poursuivre ce développement et travaille actuellement à l'obtention d'une homologation permanente du parcours afin de pouvoir accueillir régulièrement des manches de Coupe du Monde à l'avenir.



Discos glace

Quatre soirées Disco Glace ont été organisées en 2025 (janvier, février, mars et décembre) à la patinoire d'Ycoor. Comme chaque année, ces rendez-vous festifs ont rencontré un vif succès auprès d'un public nombreux, composé en majorité d'enfants et de familles.



Pâques

La traditionnelle chasse aux œufs à travers la destination a une nouvelle fois rencontré un beau succès durant le week-end de Pâques. En 2025, près de 1'500 personnes ont participé à cette animation organisée sur quatre jours, avec à la clé une récompense chocolatée.

Le dimanche de Pâques, des animations et ateliers ont également été proposés avec succès sur la place du Scandia, en collaboration avec la Crèche Croc'Montagne et la Bibliothèque de Crans-Montana.



Carnaval

Comme chaque année, CMTC a organisé une animation à l'occasion de Mardi gras destinée aux enfants et aux familles. Après plusieurs ateliers organisés à Crans, un cortège festif et animé a conduit les nombreux participants jusqu'à Ycoor, où une Disco Glace, précédée d'un gala de patinage, était proposée.

**TOP
EVENT**

Am Stram Gram

Le succès du Festival Am Stram Gram ne se dément plus. Avec environ 9'500 visiteurs sur quatre jours, le festival enchante les familles tout en générant des retombées économiques et des nuitées toujours plus importantes pour la destination. Réinventé, agrandi et enrichi chaque année, Am Stram Gram marque désormais un lancement incontournable des vacances estivales à Crans-Montana.

Pour sa 7^e édition, le festival a mis à l'honneur la thématique « Sport & Fun », tout en conservant les principes qui font son succès: un événement entièrement gratuit, en plein air et destiné à faire bouger un maximum d'enfants.

Afin d'accueillir un public toujours plus nombreux et de proposer davantage d'activités et de spectacles, le festival s'est étendu jusqu'à la place Victoria et occupe désormais plus de 20'000 m² d'espace de jeu. Au total, 30 ateliers créatifs et ludiques ont été proposés au sein des sept univers thématiques du festival. Sur la scène principale, une quinzaine de compagnies suisses et internationales ont offert près de 14 heures de spectacles mêlant cirque, musique, théâtre et clowneries, dans une ambiance festive et conviviale.

Parmi les nouveautés de l'édition 2025, Am Stram Gram s'est associé à l'Association Romande des Familles d'Enfants atteints d'un Cancer (ARFEC) ainsi qu'à l'Association Boule à Zéro, qui ont accueilli de nombreux visiteurs autour d'un espace lecture, d'un concours de dessin et d'une vente de bandes dessinées. Grâce à cette initiative, plusieurs milliers de francs ont été récoltés en faveur des enfants atteints de cancer et de leurs familles, soulignant la dimension humaine et solidaire du festival.



Wine & Music

Chaque vendredi de l'été, CMTC propose dans les Jardins d'Ycoor un rendez-vous devenu incontournable, qui marque la transition entre la fin de semaine et le début du week-end. Les « Wine & Music » rassemblent un public fidèle et varié, composé aussi bien d'habitants de la région que de touristes.

À chaque édition, les visiteurs découvrent un univers musical différent, rencontrent un vigneron de la région et dégustent ses vins, accompagnés de spécialités du terroir telles qu'une planchette de boucher ou une raclette proposée par un fromager local. Un concept simple, convivial et particulièrement apprécié.

TOP
EVENT

Fête Nationale

Traditionnel point d'orgue de l'été, la Fête nationale attire chaque année un public très nombreux à Crans-Montana. La programmation proposée par CMTC se veut variée et accessible à tous, afin de célébrer la Suisse dans une ambiance festive et conviviale:

- > des animations traditionnelles sur la scène de la place d'Ycoor ainsi qu'au centre de Crans, avec notamment des fanfares, groupes folkloriques, les Grenadiers de Chermignon et des joueurs de cor des Alpes. Le discours officiel a été prononcé en 2025 par le conseiller d'État valaisan Stéphane Ganzer ;
- > des concerts et des DJ sets en soirée ;
- > une offre F&B variée permettant de mettre en valeur les restaurateurs de la destination ainsi que les produits régionaux ;
- > des spectacles féériques dans les Jardins et sur l'Étang d'Ycoor, mêlant musique, bougies et jeux de lumières ;
- > un grand spectacle de lasers, de fontaines et de lumières sur l'Étang Grenon.

Organisées les 31 juillet et 1^{er} août, les festivités sont également complétées par de nombreuses initiatives à travers la destination, telles que le Marché au centre de Montana, les brunchs dans les alpages ou encore les fêtes dans les villages.



Crans-Montana s'illumine

Depuis plusieurs années, «Crans-Montana s'illumine» marque le lancement de la saison hivernale et donne le coup d'envoi de la période des fêtes de fin d'année. Principalement destiné aux enfants et aux familles, cet événement permet de découvrir les nombreuses décorations de Noël installées à travers la destination, qui s'illuminent pour la première fois ce soir-là.

Les participants peuvent également rencontrer Saint-Nicolas et assister à différents spectacles et animations musicales dans une ambiance chaleureuse et festive.



Noël

Organisée au centre de Crans le 24 décembre, puis dans le Hameau de Mayens du Chemin des Lanternes le 25 décembre, la fête de Noël attire chaque année un public nombreux.

Les enfants ont l'occasion d'y rencontrer le Père Noël, de se faire photographier avec lui et, bien entendu, de repartir avec un petit cadeau.

Indicateurs de performance événements* (organisés par CMTC)

	2023	2024	2025	Écart 2023/2024
Nbre de jours avec un/des événement/s organisé/s par CMTC	31	29	29	-
Fête de Noël - participants	2 000	2 000	1 800	-10%
Nouvel An - spectateurs	7 000	7 500	7 800	+4%
Discos glace - participants	1 600	1 500	1 300	-13%
Pâques - participants	2 000	2 200	1 500	-32%
Wine & Music - spectateurs	3 600	3 780	3 500	-7%
Fête nationale suisse - spectateurs	50 000	45 000	40 000	-11%
Am Stram Gram - spectateurs	8 500	9 000	9 500	+6%
Compétitions de bike - spectateurs	3 000 ⁽¹⁾	6 000 ⁽²⁾	24 000⁽³⁾	+300%

* Estimations

⁽¹⁾ Championnats suisses de VTT

⁽²⁾ Whoop UCI Mountain Bike World Series

⁽³⁾ UCI Mountain Bike World Championships

Événements organisés par nos partenaires

La tradition événementielle contribue non seulement à la réputation et au rayonnement de Crans-Montana, en Suisse comme à l'étranger, mais aussi et surtout au dynamisme de la destination. Des plus grands événements sportifs aux animations dans les villages, en passant par les concerts et les conférences, chaque manifestation apporte sa contribution à l'édifice commun, faisant de Crans-Montana un lieu unique.

Tous les événements organisés au cours de l'année ne pouvant être cités ici, voici une sélection :

TOP
EVENT



Audi FIS Coupe du monde de ski alpin

L'année 2025 a été marquée par le grand retour de la Coupe du monde masculine à Crans-Montana. La Piste Nationale a ainsi retrouvé les meilleurs skieurs du monde, une première depuis 2012, tandis que le départ de la descente a été donné à Bella Lui pour la première fois depuis 1987.

Ce test grandeur nature, à deux ans des Championnats du monde FIS de ski alpin 2027, s'est transformé en une véritable fête du ski suisse. L'équipe nationale a dominé les épreuves en réalisant un triplé historique en descente (Franjo von Allmen devant Marco Odermatt et Alexis Monney) avant de signer un doublé en Super-G grâce à Marco Odermatt et Alexis Monney.

Comme toujours, CMTC a soutenu le comité d'organisation dans la mise en place des animations, spectacles et cérémonies officielles, aux Barzettes durant la journée ainsi qu'à Ycoor en soirée.

TOP
EVENT



Caprices

Les deux week-ends du Caprices Festival ont, comme de coutume, clôturé la saison hivernale. Des dizaines de DJs se sont succédés sur les différentes scènes, dont la célèbre scène Modernity, installée à Cry d'Er, à 2'200 mètres d'altitude.

Cette 23^e édition du festival a attiré des milliers de visiteurs, contribuant à dynamiser l'ensemble de la destination, en particulier les hôtels et les restaurants.

**TOP
EVENT**

Omega European Masters

La 78^e édition de l'Omega European Masters restera dans les mémoires. Après une première journée fortement perturbée par une météo changeante et un brouillard aussi dense que rare à Crans-Montana, le week-end s'est ensuite déroulé sous un soleil radieux.

Les 51'500 spectateurs (avec un pic de 16'000 personnes le samedi) ont vibré en assistant à la victoire du Sud-Africain Thriston Lawrence et aux performances du Suisse Joel Girrbach, qui s'est illustré tout au long de la semaine sur le parcours Severiano Ballesteros, lequel continue d'évoluer et de séduire les joueurs.

Comme à son habitude, l'Omega European Masters a rempli la destination, réunissant médias, invités VIP, sponsors, passionnés de golf et amateurs. Au-delà des retombées économiques, Crans-Montana bénéficie de l'importante visibilité offerte par le deuxième plus grand événement sportif de Suisse, dont la diffusion mondiale et l'impact digital contribuent au positionnement de la destination et de son golf.



Ambassadors of Music

Comme chaque année, le début de l'été a été marqué par l'accueil de groupes de jeunes Américains faisant halte à Crans-Montana dans le cadre de voyages à travers l'Europe. En plus de découvrir la destination, ses traditions et ses produits locaux, ils organisent à chaque fois un concert gratuit à l'Orangerie.

En 2025, neuf séjours ont eu lieu, donnant lieu à autant de concerts qui ont enchanté le public et permis à Crans-Montana de renforcer ses liens avec ces jeunes visiteurs, issus d'un marché en forte croissance pour la destination.



Crans-Montana Classics

Tout au long de l'année, les Crans-Montana Classics enchantent le public par des concerts tantôt intimistes, tantôt organisés dans des lieux insolites, et parfois très spectaculaires. Grâce à cette association, Crans-Montana bénéficie d'une programmation musicale de très grande qualité, destinée aussi bien aux visiteurs qu'à la population locale.

Comme à l'accoutumée, le concert de gala de Nouvel An a magnifiquement ouvert l'année 2025, avec la participation de Nikolay Khozyainov au piano, de la soprano Juliana Grigoryan et de l'Orchestre Cameristi della Scala, sous la direction de Bar Avni.

TOP
EVENT

Wildstrubel by UTMB®

4^{ème} édition du Wildstrubel by UTMB® et avec 7'019 inscrits, 4^{ème} record de participation ! Intégré aux UTMB® World Series, l'événement s'est imposé comme incontournable dans le monde du trail-running et comme un véritable levier de développement touristique pour Crans-Montana et les destinations traversées. Les chiffres de l'édition 2025 en témoignent :

- > 6'500 coureurs au départ, issus de 80 nationalités
- > 81% de coureurs touristes
- > 2,4 nuits en moyenne, pour un total de 14'800 nuitées générées
- > 2,9 millions CHF de retombées économiques sur l'ensemble de l'événement, dont 1,9 million CHF pour Crans-Montana
- > 38% de primo-visiteurs, qui découvraient la région à l'occasion de la course
- > 94% de coureurs satisfaits
- > 94% des participants souhaitent revenir dans la région

Un magnifique résultat pour un événement appelé à poursuivre sa croissance dans les années à venir !



Swiss Made Culture

Association prônant la «promotion de la culture suisse en dialogue avec le monde», Swiss Made Culture organise régulièrement des conférences et des événements à Crans-Montana. Leur riche programmation contribue à la diversité de l'offre culturelle et ouvre de nombreuses perspectives à un public en quête de contenus originaux.

Indicateurs de performance événements (organisés par nos partenaires)

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Audi FIS Coupe du monde de ski alpin - spectateurs	30 000	37 000	29 500	-20% ↓
Crans-Montana Classics - spectateurs (nbre de représentations)	4 853 ⁽¹⁶⁾	5 138 ⁽¹⁷⁾	3 966 ⁽¹⁵⁾	-23% ↓
Omega European Masters - spectateurs	53 500	48 100	51 500	+7% ↑
Caprices Festival - spectateurs	32 000	29 000	32 500	+12% ↑
Ascension du Christ-Roi - participants	500	650	680	+5% ↑
Wildstrubel by UTMB® - inscrits	4 000	6 000	7 019	+17% ↑

Annnonce des événements

Le site internet www.crans-montana.ch ainsi que l'application mobile constituent des références essentielles, tant pour les visiteurs du monde entier que pour les habitants des trois communes. L'ensemble des événements annoncés contribue à renforcer l'attractivité d'une destination dynamique et animée, tout en informant efficacement les visiteurs déjà présents sur place.

Saisies directement par les comités d'organisation via le portail Unity, les manifestations bénéficient d'une visibilité renforcée grâce à leur diffusion automatique sur plusieurs supports digitaux interconnectés (écrans routiers, écrans TV, bornes d'information dans les rues, sites partenaires, etc.).

En 2025, de nouvelles fonctionnalités ont été introduites, permettant désormais l'annonce d'événements commerciaux (inaugurations, nocturnes, etc.), de services religieux ainsi que de soirées spéciales (DJ sets, concerts, événements à thème, etc.).

➢ Nous invitons l'ensemble des organisateurs à annoncer leurs événements le plus tôt possible via la plateforme **Unity**. Pour toute demande d'accès, merci de contacter: unity@crans-montana.ch.

Demandes d'autorisation

Pour organiser un événement, la première démarche à entreprendre consiste à solliciter une autorisation auprès de la commune concernée. Ces demandes permettent aux autorités d'avoir une vue d'ensemble des événements organisés, ainsi que de sensibiliser les organisateurs aux règlements communaux et cantonaux et aux procédures à respecter.

Pour effectuer une demande:

Crans-Montana



Lens



lcogne: info@icogne.ch

Accueil & Information



Disponibilité et rôle

Les guichets de la Maison du Tourisme à Montana et de l'Office du Tourisme à Crans sont ouverts **365 jours par an**, assurant une présence constante pour informer, orienter et accompagner les visiteurs dans la préparation de leur séjour.

Le département Accueil & Information constitue le **point de contact principal** avec notre clientèle. Il répond aux sollicitations formulées au guichet, par téléphone et par e-mail.

Les demandes les plus fréquentes concernent les **activités proposées dans la région**, les **événements en cours ou à venir**, ainsi que la **gastronomie régionale**.

L'équipe d'accueil joue un rôle central dans la **diffusion de l'information** auprès des clients, des partenaires et de la population locale. Elle **inspire, conseille et propose des suggestions personnalisées**, tout en élaborant des programmes adaptés aux besoins spécifiques de chacun.

En 2025, un **léger recul de 1 % de la fréquentation des guichets** a été observé. Cette diminution s'explique par l'**évolution des habitudes de consommation de l'information**, avec un recours de plus en plus marqué aux **canaux digitaux**, notamment **internet** et les **réseaux sociaux**.



Équipe et formation

Le service Accueil & Information repose sur une équipe d'environ **15 membres**, composée de **5 collaboratrices fixes expérimentées** et de **plusieurs auxiliaires**, majoritairement **étudiants en formation touristique**. Cette structure permet de concilier **expertise et dynamisme**, tout en offrant un cadre formateur stimulant.

La **transmission des savoirs** joue un rôle essentiel au sein du département: les collaboratrices chevronnées accompagnent les jeunes en leur offrant un encadrement bienveillant et professionnel. Cette **cohésion entre l'expérience et la relève** contribue à la qualité du service tout en valorisant l'apprentissage par la pratique.

Un **accent particulier est mis sur la formation continue**, notamment par le biais de **visites régulières chez nos partenaires** (prestataires d'activités, musées) et de **randonnées** sur le terrain. Ces échanges permettent de renforcer les connaissances concrètes des collaborateurs et de rester à jour sur l'offre disponible.

Une formation annuelle est également proposée aux nouveaux **collaborateurs de Sierre Tourisme** afin qu'ils puissent fournir des informations pertinentes à leur clientèle et répondre efficacement aux demandes relatives à Crans-Montana.

La **principale force** de notre équipe d'accueil réside dans sa **connaissance approfondie de la région**, atout essentiel pour garantir une **information avisée** et un **conseil personnalisé** à chaque visiteur.



Accueil et information lors d'événements

La multitude d'événements majeurs organisés tout au long de l'année a mobilisé notre équipe d'Accueil & Information sur le terrain. Présente lors des manifestations ci-dessous, elle a été chargée d'orienter les spectateurs et de répondre à leurs questions. Son rôle a été essentiel pour assurer un accueil de qualité, fluidifier la circulation des participants et garantir une expérience optimale pour le public.

- > **Donnschtig-Jass**, 17 juillet 2025: gestion complète de l'organisation de l'événement sur place, accueil des joueurs, de l'équipe TV et des spectateurs sur le site de la Moubra
- > **Omega European Masters**, du 28 au 31 août 2025: stand conjoint avec Crans-Montana 2027 et la présence de certains hôtels de la destination dans le village Mont Blanc, stand d'accueil et d'information devant notre bureau de Crans
- > **Championnats du Monde Mountain Bike UCI**, du 10 au 14 septembre 2025: gestion de la billetterie, organisation des points d'information et de vente des billets, ainsi que des zones d'entrées pour les spectateurs, prise en charge des riverains et coordination des parkings



Information de la clientèle et des partenaires

En 2025, l'information touristique a été largement diffusée grâce à une **combinaison de supports imprimés et digitaux**, mis à disposition de la clientèle et des partenaires dans nos espaces d'accueil. Ces outils ont permis de valoriser la diversité de l'offre disponible dans la région, tout en facilitant l'orientation et la découverte.

Les **documents édités par CMTC** restent au cœur de notre dispositif: plans de la station, du domaine skiable, cartes de randonnées, brochures thématiques et flyers d'activités et d'événements.

Cette année, l'offre s'est enrichie avec l'introduction d'une **nouvelle carte famille hivernale**, conçue sur un fond de plan panoramique et présentant un agrandissement du Snow Island, pour une lecture facilitée et une meilleure expérience utilisateur. Notre **plan de la station** a également fait l'objet d'une mise à jour complète.

Notre **gamme de cartes actualisées** couvre désormais l'ensemble des saisons et des pratiques: randonnée estivale, vélo de route et trail pour l'été ; ski, randonnée hivernale et ski de randonnée pour l'hiver.

Les écrans présents dans nos espaces d'accueil renforcent cette approche en offrant une **expérience interactive**, faisant de ces lieux des **centres d'inspiration** pour les visiteurs.

De plus, notre **assistant touristique virtuel** intégré directement sur notre site internet est **disponible 24h/24**. Cet outil basé sur l'**intelligence artificielle** a été conçu pour répondre de manière instantanée et personnalisée aux questions de nos clients concernant Crans-Montana, en 4 langues.

Enfin, une panoplie de services est dédiée à l'**information des acteurs touristiques de la destination**: commandes et livraisons de brochures, envois réguliers de newsletters, distribution d'affiches événementielles et transmission de « l'information quotidienne ».

Poursuite du partenariat avec Mammut

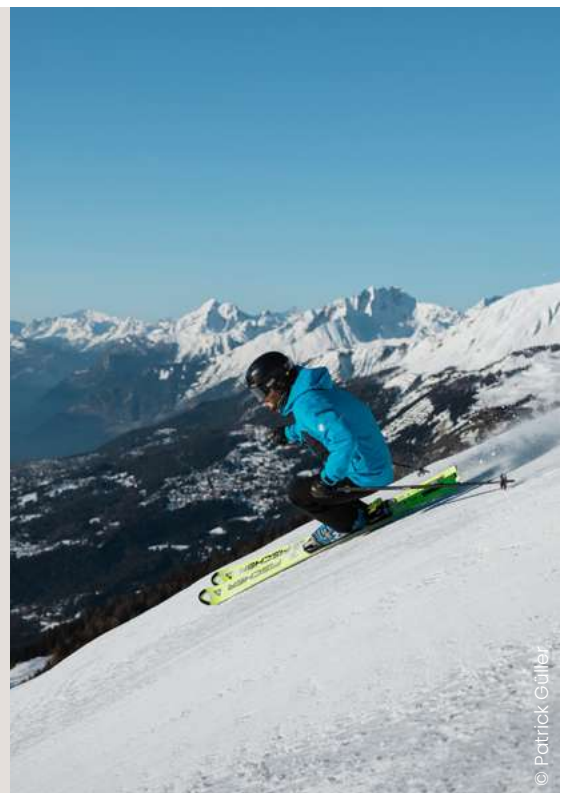
Depuis 2021, **Mammut est le fournisseur officiel de CMTC**. Marque suisse emblématique spécialisée dans les vêtements et équipements de sports outdoor, Mammut partage avec CMTC des valeurs fortes telles que la fiabilité, l'innovation et le développement durable.

Dans le cadre de cette collaboration, l'ensemble de l'équipe en lien direct avec la clientèle ou représentant CMTC porte des tenues Mammut, ce qui renforce l'**identité visuelle de la destination** et sa cohérence dans les points de contact avec les visiteurs.

Par ailleurs, une **lignée développée aux couleurs de Crans-Montana**, ainsi que de nombreux articles arborant le logo «Crans-Montana Absolutely» sont proposés à la vente aux guichets de l'office du tourisme ainsi que dans certains magasins de sport de la station, contribuant à la visibilité de la marque.

En mars 2025, une partie du team de Mammut a organisé son **séminaire d'équipe à Crans-Montana**, alliant séances de travail et découverte du domaine skiable. Les retours ont été très positifs et les échanges fructueux.

Ce **partenariat stratégique, récemment prolongé jusqu'à fin 2027** avec une option possible jusqu'en 2028, constitue un véritable atout pour le rayonnement et le développement de la région touristique de Crans-Montana.



Distribution des « My Explorer Cards » au guichet

Le département Accueil & Information **assure une mission essentielle** dans le dispositif de la « My Explorer Card ». Ses principales tâches consistent à :

- > **Créer et délivrer les « My Explorer Cards »** aux clients de nos espaces d'accueil s'étant acquittés de la taxe de séjour ;
- > **Informers ces derniers sur les activités gratuites ou à prix préférentiels** dont ils bénéficient grâce à cette carte.

Durant l'été 2025, l'équipe a été particulièrement sollicitée par cette activité : **5'326 cartes ont été générées**, représentant une part conséquente du travail quotidien de nos collaborateurs. Cette demande élevée témoigne de la nécessité d'un accompagnement personnalisé auprès de certains visiteurs.

À noter que les propriétaires de résidences secondaires peuvent toujours obtenir leur carte en ligne, facilement et sans se déplacer, en **accédant au portail numérique**.

Commercialisation

Le département Accueil & Information contribue activement à la **commercialisation des produits de la destination**. Son objectif : transformer l'information et le conseil apportés aux clients en opportunités de vente.

L'**offre de vêtements et d'accessoires** aux couleurs de Crans-Montana disponible dans nos espaces d'accueil s'étoffe continuellement grâce à l'ajout de nouveaux produits de la marque **Mammut**. En 2025, les articles de merchandising des **Championnats du monde de ski 2027** sont venus enrichir la gamme présentée.

Nous proposons également l'**achat de billets pour des événements**, ainsi qu'un choix d'ouvrages et de cartes de randonnées.

Nos collaborateurs effectuent des **réservations d'hébergement et d'activités pour la clientèle individuelle** et gèrent les réservations de la crèche touristique Croc'Montagne. En fin 2025, le **nouveau système Holidu** a été introduit à cet effet et il est désormais utilisé quotidiennement par l'équipe d'accueil.

Dans nos guichets, nous procédons au **chargement des cartes Crans-Montana Prepaid**, un moyen de paiement pratique pour régler ses achats dans 248 points de vente qui est aussi une carte de fidélité permettant, lors de chaque transaction, de collecter des points qui peuvent être convertis en valeur.

Lors de leur passage chez nous, les clients peuvent ainsi **gérer l'intégralité de leur séjour** : de la planification au paiement, en toute simplicité.





Destination Lab

Le Destination Lab a été lancé en 2022. Ce projet Innotour de gutundgut gmbh a pour but d'**élaborer des solutions durables et efficaces pour les destinations touristiques suisses** grâce à une collaboration nationale étroite.

Au printemps 2024, la **nouvelle association Destination Lab** a été fondée. À l'heure actuelle, **32 destinations touristiques, dont Crans-Montana**, en font partie et travaillent avec d'autres partenaires institutionnels (hautes écoles, Suisse Tourisme et Réseau des parcs suisses) sur différents projets pilotes dans le domaine du **développement des produits touristiques** et de **l'information des hôtes**.

En 2025, **deux rencontres** (ERFA-Meetings) ont eu lieu. En avril, **Jura Tourisme** a organisé le premier échange d'expériences, consacré aux **événements**, à Saignelégier. Durant deux jours, les participants ont exploré différentes possibilités pour augmenter l'attractivité de leurs régions par une conception ciblée de manifestations, tout en tenant compte des contraintes saisonnières.

En octobre, **Soleure** a accueilli les professionnels du tourisme pour le deuxième rendez-vous, placé sous le thème du **client au centre**.

Ce projet se distingue par des **échanges enrichissants avec d'autres destinations**, favorisant un réel partage de bonnes pratiques. Sa **dimension nationale**, réunissant des sites de toute la Suisse, apporte une diversité de perspectives précieuse. Ce cadre collaboratif permet de **réfléchir collectivement à des solutions innovantes**, adaptées aux défis communs.

Présentation des parcours via la plateforme Outdooractive

Depuis 2017, nous utilisons le système **Outdooractive** pour présenter nos parcours d'activités sur notre site internet. Cette plateforme regroupe l'ensemble de **nos suggestions de tracés homologués**, été comme hiver :

- > **Été** : randonnée, VTT, vélo de route, trail
- > **Hiver** : randonnée hivernale, raquettes à neige, ski de fond, trail d'hiver, ski de randonnée



Nous proposons actuellement **141 itinéraires estivaux** et **37 hivernaux**, également publiés sur www.outdooractive.com. Ce site et son application bénéficient d'une **visibilité internationale** avec plus de **50 millions de visiteurs uniques** et plus de **16 millions de profils enregistrés**. Depuis peu, la page de Crans-Montana contient même un **guide de voyage** qui valorise les diverses activités et lieux d'intérêt de la destination.

Grâce à sa large communauté de sportifs à travers l'Europe et le monde, Outdooractive permet une **diffusion optimale** de notre offre. La mise à jour des conditions d'ouverture des tracés est quotidienne et immédiate, ce qui en fait un **outil essentiel à nos partenaires locaux pour informer efficacement nos clients**.



© Luciano Miglionico

Première édition romande de Donnschtig-Jass à Crans-Montana

Le 17 juillet 2025, Crans-Montana a accueilli l'émission culte de la SRF Donnschtig-Jass pour une **diffusion en direct du Lac de la Moubra**. Ce programme est diffusé depuis plus de 40 ans sur la chaîne nationale alémanique et comptabilise près de 500'000 téléspectateurs par date. Chaque jeudi d'été, **deux communes s'affrontent au jass** à la différence pour espérer accueillir à leur tour l'édition de la semaine suivante.

L'organisation de cet événement a été rendue possible grâce à la collaboration entre CMTC, l'ACCM et Sierre Tourisme. Une vingtaine de personnes ont participé aux tournois de sélection pour élire les **4 joueurs de Jass qui défendraient la destination**. L'émission a été attribuée à Crans-Montana, **vainqueur du match contre Sierre**, le 10 juillet à Muolen (SG).

Environ **1'000 personnes** ont assisté au tournage et plus de **411'000 téléspectateurs** ont visionné la transmission en direct.



© Luciano Miglionico



365

jours d'ouverture de nos guichets d'information











62 211

clients accueillis

14 152

appels téléphoniques reçus

Indicateurs de performance Accueil & Information

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025	
Fréquentation espace d'accueil de Crans	14 057	12 729	12 903	+1%	
Fréquentation espace d'accueil de Montana	50 932	50 183	49 308	-2%	
Fréquentation des espaces d'accueil total	64 989	62 912	62 211	-1%	
Fréquentation journalière moyenne					
Crans en haute saison	52	51	50	-2%	
Crans en basse saison	18	16	17	+6%	
Montana en haute saison	175	177	170	-4%	
Montana en basse saison	91	89	91	+2%	
Chiffre d'affaire des ventes réalisées dans les espaces d'accueil	37 054	43 588	40266	-8%	
Réclamations écrites concernant la destination	81	81	130	+60%	
Appels téléphoniques reçus	14 569	13 841	14 152	+2%	

Marketing & Communication



L'équipe marketing de CMTC est chargée de la communication et de la promotion de la destination. Elle conçoit et déploie des campagnes publicitaires, réalise des supports d'information (imprimés comme digitaux) destinés aux clients, partenaires et médias, et contribue à la mise en valeur de la région au travers de films, photographies et autres contenus visuels. Elle développe également chaque année de nouveaux outils et optimise les dispositifs existants. De nombreux projets sont ainsi menés. Voici quelques exemples de réalisations :

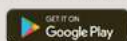
Site internet et application mobile

Le site internet www.crans-montana.ch a été revu et modernisé en 2022, tandis que son pendant pour smartphones, l'application mobile, a été entièrement repensé fin 2024. Ces deux outils constituent une porte d'entrée essentielle pour préparer un séjour à Crans-Montana et, une fois sur place, pour s'informer, planifier ses journées, réserver des activités ou encore trouver des restaurants, commerces et services. Ils représentent également des plateformes indispensables mises à disposition des partenaires et organisateurs d'événements afin de communiquer efficacement auprès des visiteurs comme de la population locale.

En 2025, plus de 5 millions de pages ont ainsi été consultées sur ces deux supports. Ce résultat est notamment porté par le bon référencement du site internet, les notifications « push » envoyées sur les smartphones ainsi que les nombreuses campagnes publicitaires redirigeant les visiteurs potentiels vers nos plateformes digitales.

Un programme de développement continu est en place afin d'améliorer en permanence l'expérience utilisateur. Parmi les évolutions réalisées en 2025 figurent notamment la réorganisation des activités proposées par les partenaires, afin d'en améliorer la recherche et la lisibilité, une nouvelle structure pour la page dédiée aux événements, ainsi que la création de nouveaux sites satellites pour certains événements, tels que www.chemin-des-lanternes.ch ou www.am-stram-gram.ch.

Téléchargez l'application
Crans-Montana Tourisme



Mettez à jour vos informations!

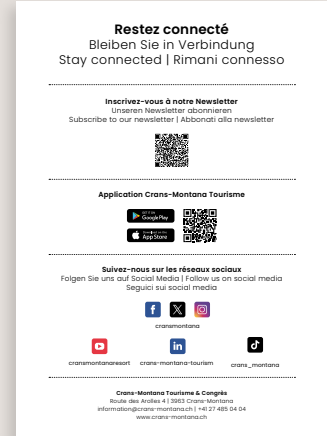
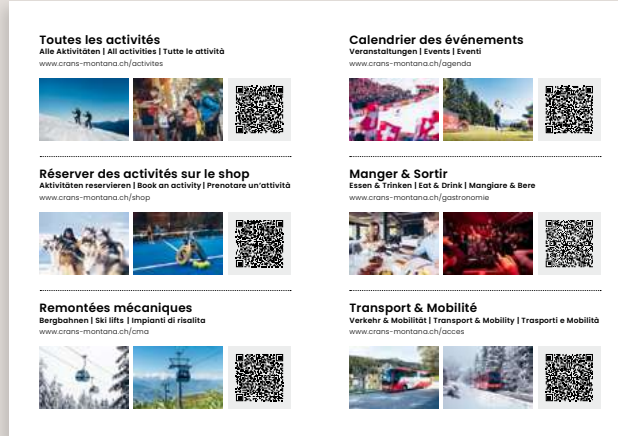


Chaque partenaire actif à Crans-Montana peut s'afficher sur le site www.crans-montana.ch et sur l'application mobile, grâce à notre plateforme « Unity ».

Vous exploitez un commerce, un restaurant ou un hôtel? Vous proposez des activités pour les touristes? Nos outils digitaux servent de référence et doivent être mis à jour en continu!

Pour cela, connectez-vous à Unity pour actualiser les données qui vous concernent! En plus des informations sur vos activités, Unity permet de lister les collaborateurs de votre entreprises qui doivent recevoir nos newsletters et rester informés sur l'actualité de CMTC et de Crans-Montana.

Si vous n'avez pas encore d'accès, contactez-nous via unity@crans-montana.ch.



Supports imprimés

Même si le digital prend une place toujours plus importante dans la communication, les supports imprimés demeurent des outils d'information appréciés et indispensables à notre stratégie de communication. Chaque année, près de 200'000 cartes, brochures et flyers sont ainsi imprimés et distribués dans nos bureaux d'information ainsi que dans la majorité des restaurants, commerces et hôtels de la destination.

Conçus entièrement en interne selon une ligne graphique et des standards clairement définis (papier, mise en page, formats, etc.), ces supports ont également pour vocation de transmettre une image qualitative de la destination, au-delà de la simple présentation de ses multiples offres et activités. Par ailleurs, grâce à l'intégration de QR codes, ils servent de plus en plus de passerelle vers les supports digitaux, permettant aux visiteurs d'approfondir facilement leurs recherches et leurs préparatifs.

Dans cette optique, un nouveau flyer a par exemple été lancé en 2025 afin de promouvoir les différentes rubriques du site internet et de l'application mobile, avec pour objectif d'accompagner et d'accélérer la digitalisation de l'information.

Blick Winter Awards 2025

Les meilleures stations de ski suisses ont été récompensées par les Blick Winter Awards lors d'une cérémonie de remise des prix qui s'est tenue le 20 février 2025 au Volkshaus à Zürich. Elue par le public, Crans-Montana s'est distinguée en remportant, pour la seconde année consécutive, le titre de meilleure station de ski de Suisse romande. Ce prix a confirmé le statut de Crans-Montana comme destination de choix pour ceux qui cherchent à vivre l'hiver suisse dans toute sa splendeur et récompense le travail de longue date de la destination pour accueillir ses hôtes et leur offrir des séjours inoubliables.

Au niveau national, Crans-Montana a terminé sur la 3^{ème} marche du podium dans la catégorie « Loisirs & plaisir ».

Ces résultats soulignent aussi l'engagement de l'ensemble des partenaires touristiques, l'excellence et la variété de l'offre de divertissements, la beauté de la nature hivernale et l'extraordinaire panorama sur les plus beaux sommets alpins.



Médias & Relations Publiques

La promotion de Crans-Montana par le biais de contenus rédactionnels dans les médias constitue un axe important de notre stratégie de communication. Chaque année, de nombreux efforts sont déployés, notamment en Suisse alémanique, afin de positionner la destination et de mettre en valeur la qualité de son offre ainsi que son dynamisme.

Notre action est soutenue par plusieurs leviers complémentaires :

- > l'organisation de séjours de presse pour les journalistes
- > l'envoi régulier de communiqués de presse en fonction de l'actualité
- > la tenue de conférences de presse
- > des mailings destinés à proposer des sujets aux journalistes
- > un press kit digital permettant de mettre à disposition des contenus et d'informer les médias en temps réel
- > des dossiers de presse imprimés pour les saisons d'hiver et d'été
- > une médiathèque facilitant l'illustration des articles
- > un réseau d'ambassadeurs relayant nos messages dans les médias
- > une agence partenaire basée à Zurich, principal centre médiatique de Suisse, qui soutient nos efforts en relations publiques.



Découvrez la revue de presse complète

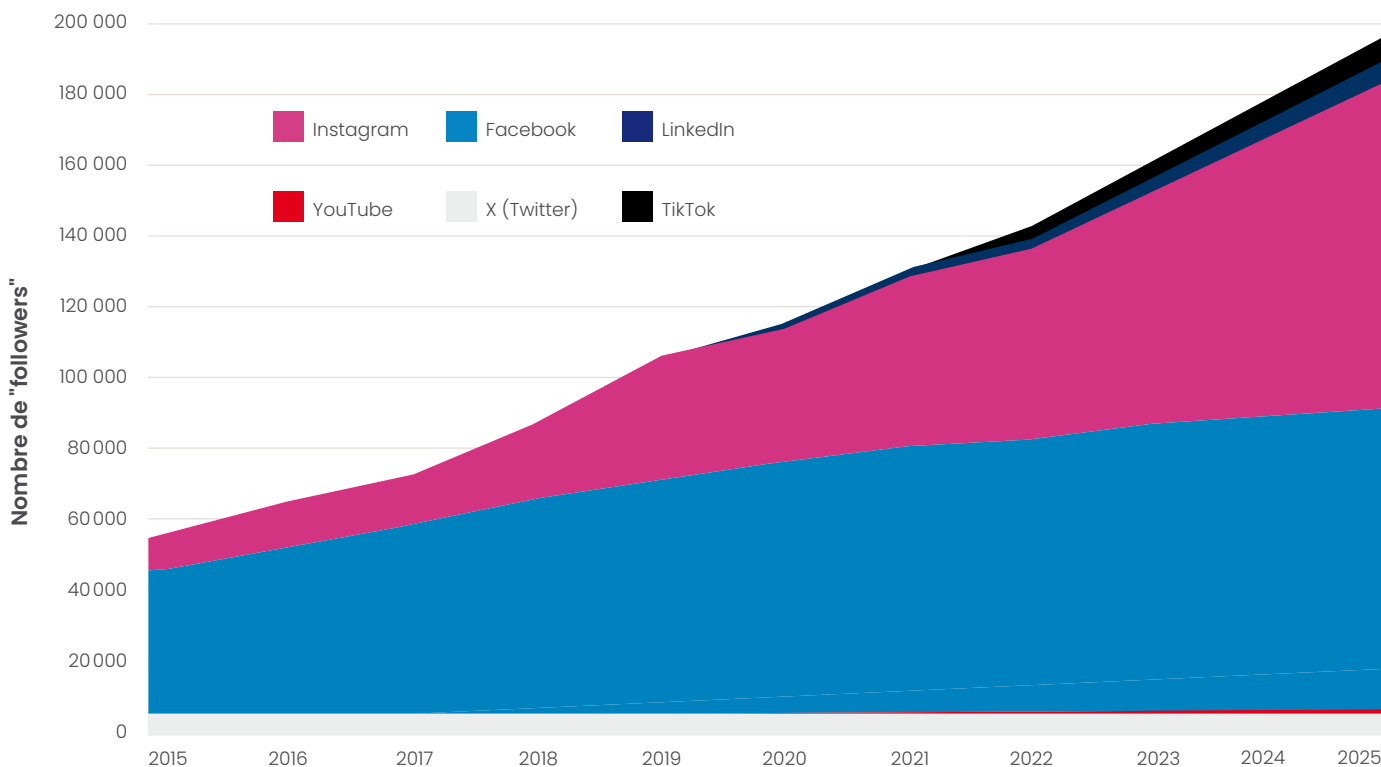
Réseaux sociaux

Toujours aussi utiles et impactants, les cinq réseaux sociaux que nous utilisons activement pour interagir avec nos communautés ont poursuivi leur croissance en 2025, atteignant près de 200'000 abonnés. Ces derniers reçoivent ainsi presque quotidiennement des nouvelles de Crans-Montana, qu'il s'agisse de photos de paysages, de suggestions de séjour, de vidéos ludiques ou encore d'annonces d'événements.

Chaque réseau social disposant de ses propres codes, audiences et formats privilégiés, les contenus publiés sont le plus souvent adaptés afin d'atteindre efficacement leurs objectifs et de gagner en pertinence. Soutenue par les séjours d'influence (voir ci-dessous) ainsi que par les campagnes publicitaires, la présence de Crans-Montana sur les réseaux sociaux constitue aujourd'hui un levier essentiel de sa promotion et de sa visibilité.



Communauté de Crans-Montana sur les réseaux sociaux





Influence

Très en vogue, l'influence via les réseaux sociaux est un outil que CMTC utilise de plus en plus. Grâce à des influenceurs et influenceuses sélectionnés avec soin (nombre d'abonnés, cible géographique, qualité des publications, centres d'intérêts, etc.), nous parvenons à relayer des messages auprès de publics cibles précis, souvent en quête de conseils pour des expériences et des séjours originaux.

En 2025, 92 influenceurs et influenceuses ont ainsi été invités à Crans-Montana, dont une part importante dans le cadre du RADIS (Rassemblement Annuel Des Influenceurs Suisses), organisé par CMTC en collaboration avec plusieurs partenaires de la destination.

En complément de cet événement phare, d'autres séjours ont permis de mettre en valeur Crans-Montana :

- > un séjour « luxe & lifestyle » lors de l'Omega European Masters
- > un séjour « famille » durant Am Stram Gram
- > un séjour « randonnée en automne »
- > un séjour de lancement de la saison hivernale

Au total, en 2025, plus de 2,1 millions de personnes ont été exposées à des contenus relayés par les créateurs et créatrices de contenus engagés par CMTC.

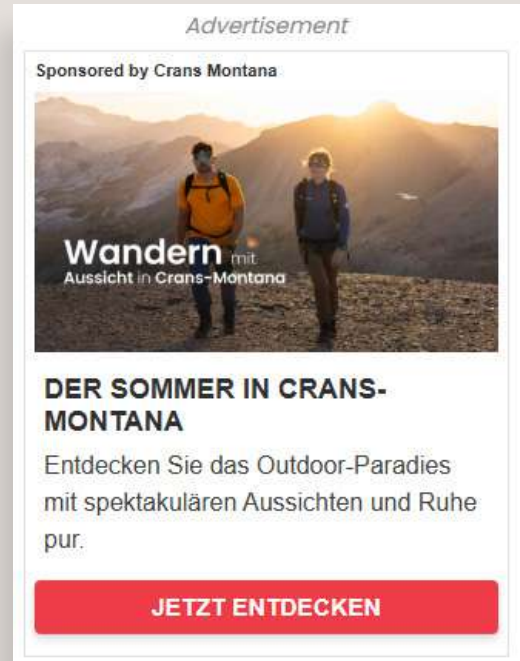
Campagnes de publicité

Presque entièrement digitales, nos campagnes publicitaires ciblent tout au long de l'année des clients potentiels situés dans nos marchés prioritaires. Elles assurent la promotion de Crans-Montana avec pour objectif d'attirer de nouveaux visiteurs ou de fidéliser la clientèle existante, grâce à des mécanismes marketing soigneusement intégrés dans le « tunnel de conversion »:

1. Accroître la notoriété de la destination
2. Développer l'intérêt des clients pour Crans-Montana
3. Convertir cet intérêt en réservations de séjours
4. Fidéliser les visiteurs

En 2025, nos campagnes ont suivi une logique combinant saisonnalité et mise en avant de produits spécifiques:

- > quatre campagnes saisonnières visant à promouvoir Crans-Montana dans sa globalité
- > une campagne «bike», en collaboration avec Valais Wallis Promotion, visant à capitaliser sur l'organisation des Championnats du Monde Mountain Bike UCI 2025
- > une campagne dédiée au golf, en collaboration avec le Golf-Club de Crans-sur-Sierre, principalement orientée sur la promotion de séjours automnaux en profitant de l'impact de l'Omega European Masters
- > une campagne «ski» pour la saison hivernale 2025/2026, en partenariat avec les Remontées Mécaniques Crans-Montana Aminona (CMA) SA
- > une campagne visant à encourager les réservations de groupes et à développer le segment «business» (team building, séminaires, congrès, etc.)
- > des campagnes spécifiques destinées à soutenir nos événements (Am Stram Gram, Championnats du Monde Mountain Bike UCI 2025, etc.)



Mailings et newsletters

Avec près de 365'000 contacts gérés dans notre base de données e-CRM, nous disposons d'une force de frappe importante pour maintenir un lien étroit avec nos visiteurs. Les objectifs sont clairs: les inspirer, les informer et susciter leur intérêt afin de les inciter à réserver des séjours dans notre destination.

Grâce à différents types d'envois et à des outils permettant de cibler les centres d'intérêt de chacun, une septantaine de mailings ont été envoyés en 2025, qu'il s'agisse de newsletters mensuelles, de campagnes thématiques ou encore de cartes postales digitales.

Le même outil est également utilisé pour informer les partenaires (11 mailings envoyés en 2025) ainsi que pour diffuser des communiqués de presse et des informations destinées aux médias.












Mais encore...

De nombreux autres vecteurs participent au rayonnement de Crans-Montana :

- > Des articles de blog, pour inspirer les visiteurs de notre site internet et les conseiller sur leur futur séjour à Crans-Montana. 32 articles ont ainsi été publiés en 2025.
- > Le sponsoring, pour développer la notoriété de la « marque Crans-Montana ». Des partenariats avec notamment le Servette FC, Grasshopper-Club Zürich ou le FC Sion nous offrent une visibilité à la TV et dans des régions clés.
- > De la visibilité lors des événements organisés à Crans-Montana, pour appuyer nos messages, développer notre notoriété et porter notre marque.
- > Le Canal TV et les écrans, pour la promotion et l'information locale. Le contenu provient automatiquement du site internet.
- > Des photos et vidéos pour alimenter nos réseaux sociaux, notre site internet, les supports imprimés et les différents écrans répartis dans la destination. Plusieurs dizaines de petits « reels » sont produits en interne chaque année, principalement pour Instagram et TikTok.
- > Les médias locaux, notamment L'Info et La Vie à Crans-Montana, pour relayer des informations auprès des hôtes, des partenaires et des habitants de Crans-Montana, Lens et Icoigne.
- > Les ambassadeurs de la destination, qui incarnent les valeurs de Crans-Montana et qui participent à nos actions de promotion sur les réseaux sociaux ou dans les médias, par exemple. Merci à Jolanda Neff (VTT), Tiffany Arafî (golf), Luca Aerni (ski alpin) et Aurélien Coubès (ski freestyle) pour leur fidélité.
- > Nos visiteurs, fans, clients, partenaires et résidents qui sont évidemment nos meilleurs ambassadeurs par leurs publications sur les réseaux sociaux et la publicité qu'ils assurent pour la destination ! Merci !









Indicateurs de performance Marketing & Communication

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Réseaux sociaux				
Facebook				
Nombre d'abonnés	80 572	82 872	84 944	+2,5% 
Nombre de posts	-	274	308	+12,4% 
Taux d'engagement	-	-	1,8%	
LinkedIn				
Nombre d'abonnés	4 408	5 293	6 559	+23,9% 
Nombre de posts	-	-	85	
Taux d'engagement	-	-	3%	
Instagram				
Nombre d'abonnés	64 213	77 985	90 241	+15,7% 
Nombre de posts	-	318	349	+9,75% 
Taux d'engagement	-	-	7,9%	
TikTok				
Nombre d'abonnés	4 695	5 538	8 108	+46,4% 
Nombre de posts	-	33	235	+612,1% 
Taux d'engagement	-	-	3,9%	
YouTube				
Nombre d'abonnés	1149	1257	1 436	+14,2 % 
Taux d'engagement	-	-	0,9%	
Minutes de vidéos visionnées sur YouTube et Facebook	242 700	85 500	117 504	+37,4% 

Indicateurs de performance Marketing & Communication – Suite

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Site internet www.crans-montana.ch				
Pages vues	5 064 941	4 942 649	4 481 704	-9,4%
Nouveaux utilisateurs	1 185 768	1 077 999	1 127 473	+4,6%
Sessions	2 366 626	2 260 004	2 218 378	-1,8%
Temps moyen passé sur le site	-	-	03:40	
Articles de blog publiés	-	36	32	-11,1%
Autres sites internet (nombre de visiteurs)				
www.chemin-des-lanternes.ch	-	32 136	59 902	+64,6%
www.am-stram-gram.ch	14 760	21 348	16 351	-23,4%
www.mtbworldseries-cransmontana.ch	-	45 000	-	
Application mobile				
Pages vues	-	-	794 120	
Utilisateurs actifs	-	-	17 748	
Sessions	-	-	293 457	
Marketing direct				
E-CRM: clients gérés	333 408	348 833	364 584	+4,5%
Newsletters	12	12	12	-
Abonnés	66 966	66 531	65 235	-1,9%
Ouvertures uniques	33%	31,0%	33,6%	+8,1%
Clics	5%	4,7%	4,4%	-7%
Mailings thématiques	4	3	5	+66,7%
Ouvertures uniques	36%	35,4%	33,6%	-5,1%
Clics	11%	9,3%	5,8%	-38%
Cartes postales hebdomadaires	51	52	51	-1,9%
Abonnés	2 112	2 281	2 442	+7,1%
Ouvertures uniques	66%	64,9%	66,4%	+2,2%
Clics	16%	15,5%	9,8%	-36,6%
Mailings pour les partenaires	7	4	11	+175%
Nombre d'adresses	1190	1315	1320	+0,4%
Ouvertures uniques	56,1%	51,4%	52%	+1,3%
Clics	17,6%	13,9%	8,2%	-41,2%

Indicateurs de performance Marketing & Communication – Suite

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Médias & Relations publiques				
Communiqués de presse	16	18	18	- 
Médias suisses venus en voyage de presse	3	4	5	-29.9% 
Articles dans le press kit digital	-	-	80	
Articles dans la presse suisse	1 922	2 118	2 188	+3,3% 
Valeur média estimée (CHF)	12,91 mios	13,7 mios	9,6 mios	-29.9% 
Influence				
Séjours d'influenceurs/euses suisses	14	13	92	+607.7% 
Personnes ayant vu les posts des créateurs de contenu			2 134 300	
Print				
Supports imprimés (cartes, flyers, brochures, etc.)	206 250	236 824	187 610	-20.8% 

Ventes, Marchés & Réservations

La mission du département Ventes, Marchés & Réservations de CMTC est :

> Renforcer la notoriété de Crans-Montana auprès des journalistes, des voyageurs et des clients finaux, à l'international

> Susciter l'envie de passer des séjours à Crans-Montana

> Identifier et conclure des opportunités commerciales

> Apporter une réelle valeur ajoutée pour tous les acteurs touristiques de Crans-Montana

> Générer des nuitées et du chiffre d'affaires dans les périodes en dehors de la haute saison

Pour toutes nos activités nous évaluons les opportunités de collaboration avec Suisse Tourisme (ST), Valais/Wallis Promotion (VWP) et Best of the Alps (BOTA)

La valeur ajoutée des marchés : gagner en visibilité et en notoriété pour attirer de nouveaux clients

Travailler les marchés c'est:

1. **Le B2B (trade)**: tisser un réseau de distribution pour attirer de nouveaux clients et acquérir un chiffre d'affaires complémentaire: workshops trade, webinaire de formation.

2. **Médias traditionnels et numériques**: l'objectif est de développer la notoriété et créer l'envie l'envie du voyageur/client.

a. Inspirer des journalistes spécialisés dans les loisirs et le voyage (ski, vélo, golf), ainsi que des médias lifestyle regroupant des thématiques telles que la santé, la gastronomie, l'architecture et la décoration.

b. Créer du contenu pour les blogs et podcasts de voyages sur les sujets qui correspondent à l'offre stratégique de Crans-Montana.

c. Réaliser des campagnes digitales sur les réseaux sociaux et autres canaux en ligne afin d'inspirer, de créer de l'intérêt et de proposer des recommandations ciblées.

3. **Commercialisation pour attirer des groupes**: créer une offre et démarcher avec, comme objectif, de faire venir des entreprises ou des groupes de loisirs sur nos débuts de semaine et remplir les périodes hors vacances scolaires.

4. **Commercialisation B2C par le shop en ligne**: La création d'un shop en ligne dédié à la destination représente un levier stratégique pour Crans-Montana. Cet outil permet de centraliser l'offre touristique et commerciale, tout en offrant aux visiteurs une expérience simple et accessible pour réserver des activités, acheter des services ou découvrir les produits locaux.

Au-delà de la vente, cette plateforme renforce la visibilité des acteurs locaux, modernise l'image de la destination et contribue au développement durable et économique de Crans-Montana.

1. Activités marchés 2025

Italie

En 2025, les opérations de vente et promotion sur le marché italien se sont principalement concentrées sur les relations médias, en particulier avec la presse traditionnelle. Les médias traditionnels restent un important canal de communication et source d'information pour les italiens. CMTC se concentre sur la fidélisation de ses contacts médias, directement rattachés aux rédactions, afin d'assurer une visibilité continue sur les principaux magazines de ce marché: DOVE Viaggi, Corriere della Sera, La Stampa, Meridiani, La Gazzetta dello Sport, Repubblica, ELLE Italia, Vanity Fair, Latitudes Travel Magazine, etc.

Les activités médias ne se limitent pas à la presse traditionnelle, mais s'étendent aux principales chaînes de télévision, émissions radio, médias en ligne et blogueurs/micro-influencers. Cela afin de couvrir une large audience et varier les canaux de communication.

Une campagne digitale, menée en collaboration avec le média Sciare Magazine, a été réalisée pour la promotion de la saison d'hiver 2025-26 et a permis de comptabiliser une audience de 22'000 lecteurs dont l'intérêt principal est la montagne et le ski. Cette campagne intégrée a permis de toucher un public cible qualitatif sur plusieurs canaux: campagne online, 2 articles online, 2 articles magazine (papier et online), 2 newsletters et 4 publications réseaux sociaux.



Données clés:

- > Nombre de contacts journalistes rencontrés: 80
- > Visites de presse: 24
- > Articles réalisés durant l'année: 36

France

En 2025, les opérations de vente et de promotion sur le marché français se sont concentrées en grande partie sur les activités MICE. Depuis quatre ans, CMTC déploie une stratégie proactive sur le segment du tourisme d'affaires et des groupes de loisirs en France. Celle-ci porte progressivement ses fruits et se traduit par des résultats encourageants.

L'intérêt pour la destination est en hausse auprès des entreprises et des agences événementielles françaises. Sa notoriété progresse de manière favorable, lui permettant de s'imposer comme une alternative crédible aux stations françaises.

Le nombre de demandes adressées directement à CMTC a augmenté de 69 % depuis 2021, malgré l'impact de la crise du Covid, soit une progression moyenne de 22 % par an. Depuis 2022, CMTC enregistre directement entre 7 et 10 confirmations annuelles, avec un taux de conversion de 23 %.

La taille des groupes confirmés varie de 10 à 150 participants, pour une moyenne de 36 participants par groupe, souhaitant généralement loger dans un seul hôtel.

- > Contacts MICE réalisés: 250
- > Nouveaux contacts MICE: 70
- > Demandes d'offres MICE: 39
- > Conversion des demandes MICE: 9
- > Taux de conversion 2025: 23%

En parallèle, les relations avec les médias (généralement la presse traditionnelle) ont continué sur un nombre de contacts plus réduit mais plus ciblé par rapport aux années précédentes. CMTC ne travaillant pas avec une agence de presse en est la raison principale. Une campagne digitale en collaboration avec Suisse Tourisme et le média Milk Magazine a permis de toucher une audience Famille & Lifestyle à travers un carnet de voyage digital et des publications réseaux sociaux, afin de promouvoir la saison hivernale 2025-26.

Données clés:

- > Nombre de contacts journalistes rencontrés: 22
- > Visites de presse: 10
- > Articles réalisés durant l'année: 15

Benelux

En 2025, les actions de vente et de promotion sur le marché du Benelux ont été réparties de manière équilibrée entre les activités MICE et les relations médias, avec un accent particulier sur la presse traditionnelle et de loisir.

Activités médiatiques

Les relations médias sont menées en collaboration avec l'agence Higher (ex-MindShake), spécialisée dans les destinations outdoor au Benelux et dans les Alpes.

Les actions ont permis de mettre en avant de manière ciblée les thématiques prioritaires suivantes: bike, trail & randonnée, golf et sports d'hiver (ski).

> Deux événements médiatiques organisés par l'agence Higher, ont permis de participer à des panels thématiques et d'organiser des rendez-vous individuels avec les journalistes.

- 100% PURE (avril) – promotion estivale
- 100% SNOW (septembre) – promotion hivernale



Événements media en Belgique

Un voyage de presse groupé thématique bike coorganisé par l'agence Higher, réunissant 5 médias spécialisés belges et néerlandais.

Organisation de 6 voyages de presse individuels, en lien avec les thématiques stratégiques:

- > 3x bike (road bike & mountain bike)
- > 1x Randonnée & trail
- > 1x Golf
- > 1x Ski

Résultats médiatiques 2025 – Benelux:

- > Médias rencontrés lors des événements: 40
- > Voyages de presse organisés: 7
- > Médias accueillis: 11
- > Retombées (articles/publications): 16

Activités MICE

La stratégie MICE s'est principalement appuyée sur la participation à des événements de networking organisés par le SCIB sur les trois marchés.

Résultats MICE 2025 – Benelux:

- > Contacts MICE réalisés: 120
- > Demandes d'offres: 11
- > Conversions: 4
- > Taux de conversion: 36 %



Publications au Benelux



Allemagne

En 2025, les activités de promotion et de prospection sur le marché allemand se sont concentrées principalement sur des actions médias et sur le développement du segment MICE. La stratégie a reposé sur une présence sur le terrain, des rencontres directes avec des acteurs clés ainsi que l'accueil de journalistes afin de renforcer la visibilité et la notoriété de la destination.

Plusieurs actions ont été menées en collaboration avec Suisse Tourisme et le SCIB. Un roadshow avec le SCIB à Hambourg et Hanovre, complété par des rendez-vous ciblés à Hambourg avec des acteurs majeurs du marché, a permis de générer de nouveaux contacts et de renforcer les relations existantes. En parallèle, un study trip combinant Crans-Montana et Genève a réuni 5 participants et contribué à consolider les liens avec le secteur MICE.

> Contacts MICE réalisés: 40

Sur le volet médias, un roadshow à Munich organisé le 4 avril a permis de rencontrer cinq journalistes. L'un d'entre eux s'est rendu ensuite à Crans-Montana pour un séjour de trois jours, donnant lieu à la création de contenu et à la publication d'un article de blog.

Les voyages de presse ont également joué un rôle clé, avec 4 media trips accueillant 6 journalistes, contribuant à une meilleure couverture médiatique de la destination sur le marché allemand.

Ces différentes actions ont permis de maintenir une présence active sur le marché allemand et de développer des opportunités dans les domaines du MICE et des médias.

Les résultats observés et les échanges sur le terrain montrent un potentiel particulièrement fort sur le segment B2C. L'Allemagne représente en effet l'un des marchés prioritaires pour la Suisse: selon Suisse Tourisme, elle figure parmi les principaux marchés émetteurs, avec plusieurs millions de nuitées générées chaque année. En 2025, les hôtes allemands comptent parmi les clientèles étrangères les plus importantes pour la destination Suisse.

Dans ce contexte, il apparaît pertinent de concentrer davantage les efforts sur des régions cibles en Allemagne et de définir des axes thématiques clairs, en adéquation avec l'ADN de Crans-Montana (nature, outdoor, lifestyle, golf). Ces axes pourraient être valorisés à travers des partenariats médias ciblés, notamment avec des titres spécialisés.

Une approche plus qualitative, basée sur des collaborations fortes et structurées, semble ainsi plus efficace que la multiplication d'actions ponctuelles: moins d'initiatives, mais plus d'impact et de visibilité.

Royaume Uni

C'est un marché en forte progression pour Crans-Montana: +40% depuis 2022. Pour nous permettre de le développer, les agences de voyages ont un rôle important. Les anglais réservent encore beaucoup leur séjour à la montagne via des agences spécialisées. CMTC se concentre sur le segment du ski. Les grandes agences comme Crystal (TUI), Ski Solutions, Ski Independance, Flexiski ou encore les agences en ligne comme Heidi, We.Ski enregistrent un nombre toujours plus importants de nuitées à Crans-Montana.

Ce marché est aussi très actif sur le golf. Notre travail se concentre sur les agences spécialisées dans les séjours golfeurs. Crans-Montana est très attractif et chaque année nous générons plusieurs centaines de nuitées.

Nos activités

- > Listex Luxury: rendez-vous professionnel organisé en juin à Londres, dédié à l'industrie alpine haut de gamme. L'événement réunit des tour-opérateurs luxe, des fournisseurs et des partenaires spécialisés à travers des rendez-vous préorganisés de 15 minutes, complétés par des moments de networking. L'objectif est d'inspirer et de fidéliser les agences de sports d'hiver du Royaume-Uni positionnées sur une clientèle premium. En 2025, CMTC a participé à 28 rendez-vous ciblés avec des agences disposant d'une clientèle luxe.
- > LISTEX Winter: salon professionnel en octobre à Londres qui est dédié aux sports d'hiver. L'événement réunit les principaux tour-opérateurs et agences de voyages à travers des rendez-vous préorganisés en format one-

to-one. CMTC a pu présenter les offres pour la saison hivernale à venir, communiquer les nouveautés de la destination et renforcer les relations avec les grands opérateurs et agences digitales afin de fidéliser les partenaires et développer le volume d'affaires.

- > Fam trips: Powder Byrne, Corporate peaks et des agences événementielles avec l'hôtel Six Senses.

Avec les médias, nous créons de l'inspiration auprès du client final ce qui est très important pour augmenter les nuitées. Nous cherchons à créer de la notoriété qui génèrera des réservations dans les agences spécialisées. Notre travail s'oriente essentiellement sur le ski en hiver et le vélo de montagne en été.

CITY SKI Challenge: 2025 fût aussi l'année de la 4^{ème} édition successive du City ski challenge. Un événement qui réunit quelques-uns des meilleurs ski clubs de la cité de Londres. 100 skieurs en moyenne, tous britanniques, viennent se mesurer le temps d'un slalom géant et d'un slalom par équipe et aussi profiter de Crans-Montana pour s'amuser et créer du lien social et professionnel. La soirée de gala à Cry d'Er animée par Revival, a été l'un des temps forts de l'événement. Crans-Montana est une destination très attractive pour cette clientèle et génère chaque année plusieurs centaines de nuitées.



famtrip Mice UK



Media event London 25

Données clés:

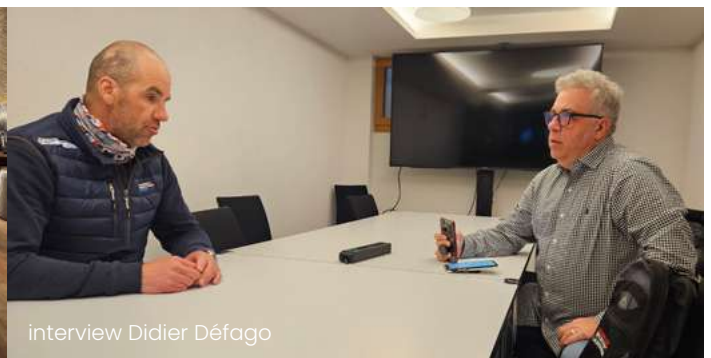
- > Nombre d'agences de voyage rencontrées: 51
- > Nombre de contacts journalistes rencontrés: 73
- > Articles réalisés durant l'année: 49

Amérique du nord

Depuis l'arrivée de Vail Resorts à Crans-Montana, le nombre de nuitées d'américains (US et Canada) a doublé depuis 2022 et ne cesse de progresser. Notre attention se focalise sur le marché du ski. Les agences spécialisées sont regroupées autour de quelques grands opérateurs disposant d'un réseau important à travers tout le pays. Le segment des ski clubs est aussi très intéressants pour Crans-Montana. Les ski clubs sont très nombreux dans tout le pays et la plupart organisent chaque année un voyage dans les Alpes. Cela concerne surtout les hôtels 3 et 4 étoiles pour des séjours de 7 nuits en janvier ou en mars.



Groupe Tour altitude fev 25



interview Didier Défago

Nos activités

- > MTS Snowmass: Le rendez-vous annuel des opérateurs du ski. Avec le développement des nuitées américaines, ce rendez-vous prend toute son importance. Développement du réseau de distribution américain et promotion auprès des ski clubs. Suite à cet événement 7 ski clubs ont confirmé leur venue à Crans-Montana pour 2026.
- > Fam trips: Ski.com, Alpine Adventures, Ski USA avec Brownell ainsi que 6 agences américaines venues en post ILTM Cannes en collaboration avec l'Hôtel Six Senses.



fam trip TTW Brownell



Digital: Pour lancer la saison de ski 2026, CMTC a investi dans une campagne d'inspiration et de conversion. Cette campagne a ciblé des américains (US seulement) à revenu élevé, pratiquant régulièrement le ski dans les grandes stations américaines et possédant un Epic Pass. Cette campagne a eu un très bon retour sur investissement avec un CTR de 32.6%. Le call to action redirigeait vers l'Hôtel LeCrans, partenaire de la campagne.

Données clés:

- > Nombre d'agences de voyage rencontrées: 113
- > Nombre d'articles publiés: 4

Brésil

Les Brésiliens sont des grands amateurs de ski. Ils viennent essentiellement fin décembre et au mois de janvier. Crans-Montana est en concurrence avec des destinations de prédilection telles que St Moritz et Zermatt en Suisse ou Courchevel et Val d'Isère en France. La clientèle brésilienne aime le ski mais aussi l'après-ski. La sécurité est aussi un critère important.

Notre stratégie consiste à démarcher les grands opérateurs et à positionner Crans-Montana comme une alternative attractive. Ces opérateurs disposent de réseaux très importants d'agences affiliées réparties dans tout le pays. São Paulo et sa région représentent la principale source de clients. Avec un peu moins de 2'000 nuitées, ce marché progresse chaque année.

Nos activités

STE Brésil octobre 2025: 3 jours de workshop à Sao Paolo pour développer la notoriété et les relations commerciales.



Famtrip Brésil Six Senses



STE Brésil 25



Brésil road show 25

Tournée de sales calls à Rio de Janeiro, Belo Horizonte et Porto Allegre. L'objectif était de rencontrer les agences directement dans leurs bureaux et de former les équipes sur la destination de Crans-Montana. Au total, 45 agences ont été visitées.

Fam trips:

- > Post ILTM en collaboration avec l'hôtel Six Senses décembre 2025: 7 agences
- > Fam trip avec Guarda Golf septembre 2025: 6 agences

- > Opération d'influence: accueil de Giordana Maia et de Cesca Vita, top models pour de grandes marques, ainsi que de Priscilla Matta, blogueuse et spécialiste du vin, très reconnue au Brésil.

Données clés:

- > Nombre d'agences de voyage rencontrées: 227
- > Fam trip: 3 groupes
- > Voyages d'influence: 3

GCC : Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Oman, Qatar, Koweït, Barhein

Nos étés sont fortement fréquentés par les voyageurs des pays du golfe. Ils aiment particulièrement la fraîcheur de la montagne, le confort de nos hôtels et la diversité de l'offre famille. C'est une clientèle importante qui a un fort pouvoir d'achat et qui est exigeante. Le digital est la meilleure manière de les atteindre d'autant que les médias n'existent pas réellement. Nous approchons ce marché par le trade et par le digital et les séjours d'influences. 2025 aura vu le nombre de nuitées remonter à son niveau de 2023.

Les skieurs du golfe sont de plus en plus nombreux. Nous observons une progression intéressante de 37% sur l'hiver 24/25.



STE GCC 2025



Rahaf AlHarbi séjour influence

Nos activités

STE février 2025

une semaine de workshop répartie sur l'UAE, l'Arabie Saoudite, le Qatar et le Koweït, qui nous donne de la visibilité auprès de 500 agents de voyages.

Switzerland Luxury

2 jours de rendez-vous en 1 to 1 en pré ouverture du WTM de Dubai. Un événement particulièrement qualitatif avec les agences les plus haut de gamme du GCC.

Collaboration avec l'influenceuse Rahaf AlHarbi qui a une communauté de 2.4 millions de follower. La présence de Mme AlHarbi du 16 au 21 juin à Crans-Montana en collaboration avec le Guarda Golf aura livré les résultats attendus. Non seulement, elle a été fortement remarquée par les Saoudiens présents à Crans-Montana à cette période mais aussi par le résultat des vues.



Switzerland Travel Mart à Zermatt

CMTC était présent au STM organisé par Suisse Tourisme. 400 agences de tous les pays, où Suisse tourisme a un bureau, étaient invitées à rencontrer les prestataires suisses. 27 meetings avec des buyers pertinents pour Crans-Montana. 3 partenaires de Crans-Montana étaient aussi présents.

2. Les relations publiques sur les marchés

Le rôle central des relations publiques dans la stratégie de promotion internationale

En 2025, les relations publiques ont confirmé leur rôle central dans la stratégie de promotion internationale de la destination. En complément des actions de vente, elles contribuent activement à renforcer la notoriété de la destination, à valoriser son positionnement et à soutenir son attractivité auprès des différents marchés cibles. Au fil des dernières années, cette approche s'est progressivement structurée autour d'une présence régulière dans les médias prioritaires internationaux, d'un travail de fond avec les journalistes et d'une sélection rigoureuse des opportunités de visibilité. L'objectif n'est plus uniquement d'assurer une présence médiatique, mais de générer des retombées qualitatives, en adéquation avec les axes de développement de la destination, notamment sur les segments à forte valeur ajoutée.

Ce travail repose en grande partie sur la constitution d'un réseau de médias sur le long terme, entretenu et fidélisé. En développant des relations suivies avec les journalistes et en renforçant leur connaissance de la destination, CMTC favorise la publication régulière de contenus dans plusieurs médias de référence. Plusieurs articles sont réalisés au cours de l'année au sein d'un même média. Cette récurrence permet d'augmenter progressivement la présence de la destination auprès de l'audience propre à chaque titre, renforçant ainsi sa visibilité et sa notoriété de manière continue sur les marchés ciblés. A terme, ce travail permet d'ancrer la destination dans le paysage médiatique de ses marchés prioritaires.

Les agences de presse qui nous représentent sur les marchés.

Le déploiement de la stratégie de relations publiques s'appuie sur un réseau de partenaires spécialisés, permettant d'assurer une présence efficace et cohérente sur les différents marchés.

Les agences de presse locales jouent un rôle essentiel en tant que relais opérationnel. Leur connaissance des écosystèmes médiatiques, des attentes des journalistes et des spécificités culturelles constitue un atout déterminant pour positionner la destination de manière pertinente et ciblée.

CMTC collabore activement avec plusieurs agences de presse européennes:

- > Benelux: Higher Agency
- > Italie: MAMpress
- > Royaume-Uni: Ski Press PR
- > Allemagne: VTPR public relations (jusqu'au 31.12.2025)

Collaborations ponctuelles avec Suisse Tourisme

Afin de renforcer notre présence sur les marchés internationaux sur le plan des relations publiques, CMTC collabore ponctuellement avec les différents bureaux des marchés étrangers de Suisse Tourisme. Ces différentes activités se traduisent principalement par l'accueil de visites de presse et de créateurs de contenus, parfois en collaboration avec d'autres destinations suisses. Travailler avec Suisse Tourisme représente de nombreux avantages. D'une part, cela permet de garantir une image forte de la Suisse à l'international. D'autre part, cela permet de bénéficier d'une expertise sur chacun des marchés où Suisse Tourisme opère, étant considéré comme un acteur central et fort.

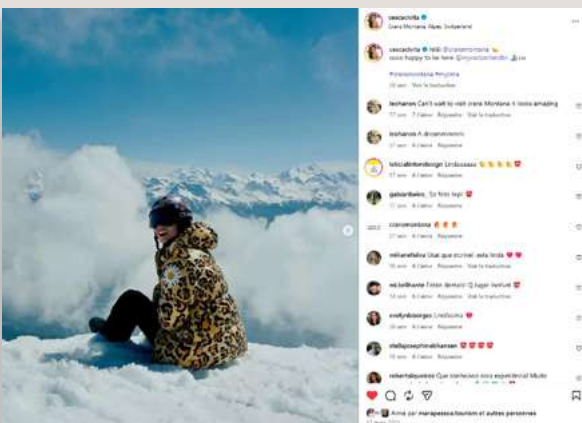
La particularité des médias sociaux et digitaux sur les marchés lointains

La stratégie de relations publiques repose sur une adaptation selon les spécificités de chaque marché, tant en termes de canaux que de modes de consommation de l'information.

Sur les marchés européens, CMTC s'appuie principalement sur les médias traditionnels (presse écrite, magazines spécialisés, télévisions, etc.). Ce travail s'inscrit dans une logique de crédibilité et de construction d'image, en valorisant la destination à travers des contenus éditoriaux approfondis et contextualisés. Des collaborations ponctuelles avec des créateurs de contenu existent également, bien qu'elles restent plus limitées.

À l'inverse, sur les marchés lointains et émergents, notamment dans les Pays du Golfe, aux États-Unis et au Brésil, les usages médiatiques évoluent vers des formats plus digitaux et instantanés. Dans ce contexte, CMTC intègre de manière croissante les créateurs de contenu dans sa stratégie, afin de toucher des audiences plus larges et de renforcer la visibilité de la destination auprès de clientèles plus sensibles aux réseaux sociaux et aux recommandations en ligne.

Cette évolution s'inscrit dans une volonté de diversifier les canaux de communication, tout en veillant à maintenir un niveau d'exigence élevé en matière de cohérence d'image et de pertinence des contenus diffusés. Les visites de créateurs de contenus sont organisées principalement dans le cadre de collaborations avec Suisse Tourisme.



L'influenceuse Cesca Vita faisant la promotion de Crans-Montana

Exemples d'accueils presse et création de contenu

Italie

Sur le marché italien, CMTC organise généralement de manière proactive deux voyages de presse de groupe, ainsi qu'entre quatre et sept accueils individuels par année. En complément, chaque demande émanant directement des médias ou transmise par notre partenaire Suisse Tourisme fait l'objet d'une évaluation.

En mai 2025, CMTC a accueilli un journaliste de la rédaction du magazine Meridiani Montagne dans le but de réaliser un reportage consacré à la thématique du VTT. À la suite de cette visite, la destination a bénéficié d'une large visibilité à travers un reportage de dix pages dans l'édition imprimée du magazine, ainsi que d'un article en ligne publié sur Montagna.tv. Le magazine affiche un tirage de 63'250 exemplaires et un lectorat estimé à 150'000 lecteurs. De son côté, le site Montagna.tv enregistre 694'943 visites uniques par année.



L'article en ligne



Dal ghiacciaio ai vigneti, dagli oltre 2800 metri di quota del Glacier de la Plaine Mortic ai 500 metri di Sierre, nella Valle del Rodano, in sella a una mountain bike e senza praticamente toccare mai l'asfalto. È questa una delle possibilità, uniche sull'arco alpino, che offre Crans-Montana, vera e propria cittadina d'alta quota, a 1550 metri, adagiata su un ripiano naturale risparmiato dalla spinta erosiva del Ghiacciaio del Rodano. Una posizione fortunata, che non poteva non richiamare gli amanti dello sci, in inverno, dello sci-sentieri, in estate, o negli ultimi anni, gli appassionati di bici, in tutte le sue declinazioni. È così che a circa diecimila residenti

– nei periodi di punta – accolgono turisti in numero cinque volte maggiore, per un totale di circa 60mila posti letto. Ed è proprio l'attenzione ai ciclisti che, negli ultimi anni, ha fatto della Crans-Montana estiva una sorta di "bike park" completo, vario e autocontenuto, le cui regole si imparano prestissimo: in pieno centro per i bambini è stata creata una vera e propria area didattica, dove istruttori e polizia locale insegnano a pedalare ma, soprattutto, impartiscono lezioni di sicurezza su un percorso che simula le varie situazioni stradali. Per noi l'educazione all'uso della bicicletta fin dai piccoli è fondamentale: nel springer Julian Paganello, padre di origine italiana, giovane guida e istruttore di mountain bike, anzi, istruttore

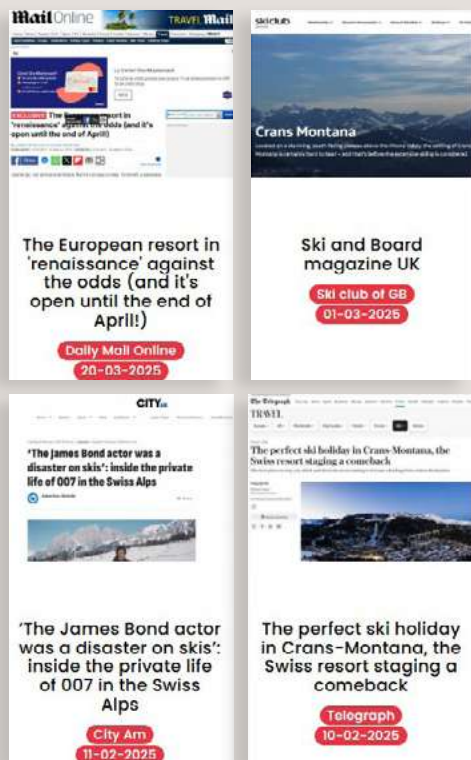
degli istruttori, nonché titolare di Bike-V.Sch. «Non è solo una questione tecnica, ma di sicurezza prima di tutto, e anche di rispetto e integrazione con l'ambiente naturale. In alcuni percorsi molto curati i bimbi, in piccoli gruppi o vere e proprie squadre dedicate all'argomento, si con lui che, in tre giorni di pedalate, esplora la vastità del territorio e la miriade di possibilità a disposizione del biker. Mi colpisce, prima di tutto, la varietà dell'ambiente e dei terreni su cui si poggiano le ruote. Non è solo una questione di numeri, seppur di tutto rispetto (130 chilometri di percorsi omologati per mountain bike e gravel), è la percezione di un ambiente naturale che cambia profondamente il variare della quota, dell'orografia e dell'esposizione dei versanti».

article sur le vélo de montagne dans MERIDIANI

Allemagne

Sur le marché allemand, CMTC a organisé une visite de presse de groupe ainsi que trois visites individuelles, organisées conjointement avec notre agence de presse de Munich. Sur l'année 2025, nous avons par exemple eu l'occasion d'organiser une visite pour le Süddeutsche Zeitung, couvrant la région de Munich et figurant parmi les trois plus importants journaux d'Allemagne, calculant une circulation de 270'000 magazines et 2'793'000 vues en ligne.

Cette visite a généré deux articles importants, un premier plus global à la destination et publié en ligne, un second spécifique à notre offre du curling, sur la version papier du journal. En parallèle, une visite de presse individuelle à été organisée pour le supplément voyage «Top Travel Destination» du média Frankfurter Allgemeine Zeitung. Également parmi les trois principaux quotidiens allemands, l'article de trois pages au format imprimé a mis en valeur l'architecture et la nature de la destination.



articles presse anglaise

Royaume-Uni

À l'occasion du City Ski Challenge, organisé conjointement avec Momentum Ski, une couverture médiatique a été intégrée afin de valoriser à la fois la destination et l'événement.

Au total, 5 journalistes ont participé à cette visite de presse, permettant d'obtenir une belle visibilité dans plusieurs médias, notamment The Telegraph, Red Bulletin, InTheSnow et EasyJet Magazine.



Soirée de remise des prix du City Ski Challenge 2025 à Cry d'Er.



Exemples de visite de créateurs de contenus

Visite de Rahaf Al Harbi: Saudi Arabia Celebrity Trip

Dans le cadre de notre collaboration avec Suisse Tourisme GCC, nous avons accueilli Rahaf Al Harbi, créatrice de contenus provenant d'Arabie Saoudite, largement connue pour sa forte influence dans le secteur de la mode et du lifestyle. Ayant construit une audience qualitative locale ainsi qu'internationale (principalement au Moyen Orient) – qui compte plus de 2.4 millions de followers – CMTC a pris cette opportunité pour développer la notoriété de la destination à travers les différents canaux digitaux de Rahaf. Cette opération a permis de véhiculer une image forte de la destination, en particulier en valorisant les atouts liés aux paysages et au panorama, son offre d'établissements haut de gamme, mais surtout, la nature, ses activités liées au lifestyle alpin (balades, lacs, parapente, équitation), en adéquation avec les besoins des clients du Royaume d'Arabie Saoudite et plus largement des Pays du Golfe.

3. La commercialisation groupe

Une stratégie MICE pour Crans-Montana

En 2025, Crans-Montana Tourisme et Congrès (CMTC) a poursuivi la structuration de sa stratégie MICE en vue de renforcer le positionnement de la destination comme référence du tourisme d'affaires en Suisse et sur les marchés européens de proximité. Le segment MICE constitue un levier clé pour générer des retombées économiques en dehors des périodes de haute saison, lisser la fréquentation sur l'année et améliorer le taux d'occupation, notamment en semaine.

Les actions menées se sont concentrées sur le développement des petits et moyens groupes (10 à 50 personnes), segments particulièrement adaptés aux infrastructures existantes, ainsi que sur la valorisation du Centre de Congrès Le Régent (CCLR) pour l'accueil d'événements de plus grande envergure. Une attention particulière a été portée aux périodes à faible affluence (mars, avril, mai, juin, septembre, octobre et novembre) et aux séjours en semaine (du dimanche soir au vendredi).

Les marchés prioritaires sont la Suisse romande, la Suisse alémanique et la France, avec un accent renforcé sur la Suisse alémanique en raison de son potentiel de croissance. Des démarches ont également permis de capter des opportunités sur des marchés internationaux tels que les États-Unis, le Benelux et le Royaume-Uni.

En 2025, CMTC a intensifié ses actions de prospection, de commercialisation et de communication, tout en renforçant la collaboration avec les partenaires de la destination. Cette approche vise à améliorer la coordination, la visibilité et la performance globale du segment MICE.

Dans un contexte favorable, marqué notamment par le renouvellement hôtelier, le positionnement quatre saisons et les Championnats du Monde de ski 2027, l'ambition est de faire du MICE un moteur de croissance durable, créateur de valeur pour l'ensemble de la destination.

Les activités commerciales MICE en collaboration avec le SCIB (Swiss Convention Incentive Bureau)

Objectif du SCIB: positionner la Suisse comme la première destination pour l'organisation de congrès, réunions, incentives et événements.

Le SCIB représente et positionne la Suisse comme destination de premier plan pour les événements d'affaires afin que celle-ci soit toujours Top of Mind auprès des planificateurs. Le SCIB élabore pour ses clients, dans les plus brefs délais, des offres sur mesure et est considéré comme un leader d'opinion tant au niveau national qu'international. Le SCIB soutient et accompagne ses partenaires et membres dans le marketing international et la vente de leurs prestations et services. Le SCIB compte 28 partenaires (régions, destinations, partenaires de services tels que les agences, les transports et autres prestataires) dont CMTC qui est membre depuis 2018.

La stratégie du SCIB est alignée sur la stratégie «Travel Better» de Suisse Tourisme (Attirer les bons visiteurs, au bon moment, au bon endroit). L'objectif est de favoriser un tourisme tout au long de l'année, sans compromettre l'acceptation du tourisme par la population locale.

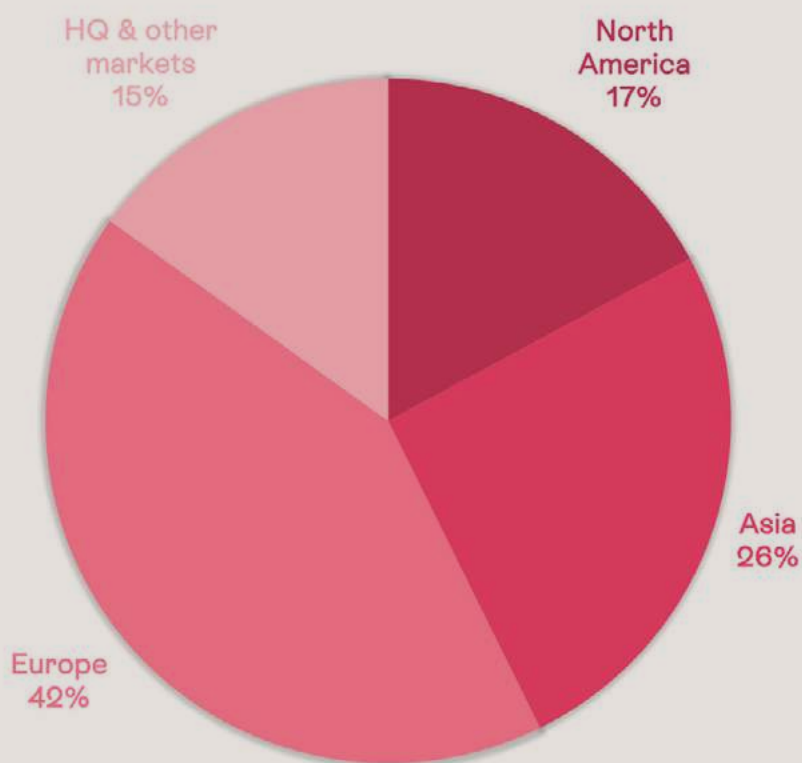
Year-round tourism		Business events often take place outside the holiday season and help to boost year-round tourism.
Guest flows		Promote pre- and post-tours as well as incentive programmes in lesser-known destinations.
Length of stay		Prioritise business events lasting more than three nights.
		Raise awareness of bleisure among partners, organisers and participants.
Tourism acceptance		Proactively communicate the benefits of business events to the local community.
Swisstainable		Prioritise Swisstainable partners where possible.
		Raise awareness of Swisstainable among partners. <small>meet switzerland</small>

SCIB est présent sur 4 réseaux sociaux : LinkedIn, Instagram (Réunions & Mariages), YouTube et Telegram

Le SCIB en quelques chiffres pour 2025



766 publications + 225 en français
 1,2 millions de profils atteints
 5.66% IER (Impression Engagement Rate)



Le SCIB a réalisé 658 business events en 2025, dans toute la Suisse. Taux de conversion 59%

Le SCIB et Crans-Montana

Demandes de groupe reçues par le SCIB: 19

Demandes confirmées: 5

Type de demande: séminaire haut de gamme, petit groupe, séjour ski, incentives (1 jour de meeting, 2 ½ journées d'activité) sur 2 nuits et 3 jours, arrivée le vendredi et départ le dimanche. Établissements 4* entre 60 et 120 pax.

Chaque année chaque responsable de marché s'inscrit à des activités SCIB sur son marché.

Actions menées en 2025

En 2025, la Suisse romande, la Suisse alémanique et, dans une moindre mesure, la France, ont mis en œuvre plusieurs actions visant à renforcer la visibilité de Crans-Montana comme destination MICE, à travers une stratégie de communication multicanale ciblée.

1. Optimisation de la page « Groupes & Congrès »

Refonte des fonctionnalités et de l'arborescence afin d'améliorer l'expérience utilisateur et de faciliter l'accès au formulaire de demande de groupe.

- > 16 soumissions du formulaire en 2025 (vs. 8 en 2024, soit +100 %)
- > 6'600 visites sur la page et ses sous-pages (-23 % vs. 2024)
- > Stabilité des utilisateurs actifs
- > +10 % de durée moyenne d'engagement

Malgré une baisse du volume global de trafic, ces indicateurs démontrent une amélioration qualitative de l'audience, avec un ciblage plus pertinent et un meilleur taux de conversion.

www.crans-montana.ch/fr/groupes_congres

2. Création d'une brochure MICE

Création et développement, en collaboration avec le département Communication, d'une brochure MICE, consolidant les informations clés de la destination d'un point de vue «business & events». Celle-ci a été finalisée à temps pour être imprimée et distribuée sur l'espace MICE du stand CMTC lors de l'Omega European Masters 2025. Nous y mettons en avant l'accessibilité, les infrastructures, les lieux événementiels, le Centre de Congrès, les hôtels, la gastronomie et les activités.



3. Développement de fiches produits MICE

Mise à jour et développement de nouvelles fiches produits avec nos partenaires afin de mettre en avant, et parfois co-crée avec eux, des offres spéciales pour les groupes. Nous comptons 42 fiches d'activités MICE.

- > 42 fiches d'activités MICE disponibles.

4. Blog MICE

Publication d'un article d'inspiration par mois sur le site, avec relai sur le compte LinkedIn CMTC.

- > Lancement: août 2025
- > 7 articles publiés en 2025
- > 1'085 vues au total
- > Articles les plus performants: «4 hôtels remarquables à Crans-Montana selon le guide Michelin» (358 vues)
- Meilleures activités à faire en groupe en hiver» (346 vues)

5. Campagne Google Ads (CH romande & alémanique)

Campagne digitale menée sur 13 semaines durant l'intersaison automnale (13 septembre – 12 décembre 2025), avec pour objectif de générer du trafic qualifié vers la page « Groupes & Congrès » et de stimuler les demandes de groupe.

Résultats clés:

- > 24'355 impressions et 1'936 clics
 - > CTR: 7,95 % (excellente performance)
 - > 479 conversions
 - > 66 appels générés
- En parallèle, **9 demandes de groupe via le formulaire** ont été enregistrées durant la période (vs. 3 sur la même période en 2024), indiquant un impact positif de la campagne sur la génération de leads qualifiés.

Performance par marché:

- > **Suisse alémanique:** CTR de 8,77 % et 337 conversions (6 zones ciblées: Berne, Lucerne, Soleure, Bâle-Campagne, Argovie, Zurich)
- > **Suisse romande:** CTR de 6,75 % et 142 conversions (5 zones ciblées: Genève, Vaud, Fribourg, Neuchâtel, Jura)

La performance supérieure en Suisse alémanique s'explique notamment par un coût par clic plus faible, le marché romand étant plus concurrentiel.

Insights & tendances:

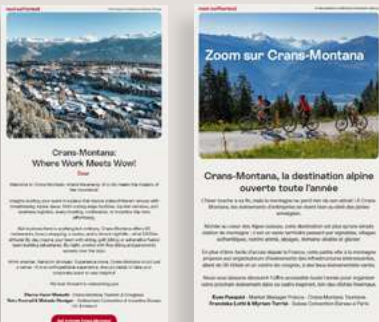
- > Villes les plus performantes: Berne (24,9 % des clics), Lausanne (9,8 %), Zurich (4,5 %)
- > Mots-clés principaux:
 - Suisse romande: « Crans-Montana Congrès » (29 %), « Séminaire avec activités » (21,6 %)
 - Suisse alémanique: « Events Crans Montana » (53,6 %), « Gruppenaktivitäten Winter » (19,2 %)

Key Learnings:

- > En Suisse romande, les recherches sont davantage orientées vers les congrès et séminaires
- > En Suisse alémanique, il y a un intérêt marqué pour les activités de groupe et incentives,
- > Adapter le positionnement:
 - CH-FR: mettre en avant les infrastructures (hôtels, congrès)
 - CH-DE: renforcer la communication sur les activités, teambuilding et expériences

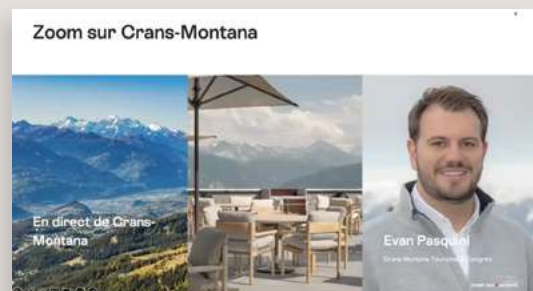
6. Newsletter avec le SCIB

- > Newsletters dédiées à Crans-Montana, afin de positionner l'offre MICE de Crans-Montana. Une sur la France et une sur le Royaume Uni.
- > Nombre de destinataires: 2'313 contacts
- > Stat France: ouvertures: 1'520 ouvertures, 816 ouvertures uniques, 35,85% de taux d'ouverture.
- > Stat UK: nbre destinataire 2213 contacts 1973 ouvertures dont 1113 ouvertures unique 50.98% de taux d'ouverture



7. Webinar organisé avec SCIB adressé aux agences événementielles et entreprises (France)

- > Webinaire « Crans-Montana, la destination ouverte toute l'année pour vos événement » pour inspirer les contacts français sur les offres à l'année de Crans-Montana
- > Webinaire promu par deux newsletters: une invitation, puis l'envoi du replay aux personnes n'ayant pas participé
- > 61 agences et sociétés ayant visualisé le webinaire



8. Les activités commerciales directes



Espace Mice à l'Omega Master

Suisse

Stand MICE à l'Omega European Masters 2025 (jeudi 28 au dimanche 31 août)

Conception et mise en place d'un espace MICE au sein du stand CMTC, situé dans le Mont Blanc Village du tournoi. L'objectif était de promouvoir Crans-Montana en tant que destination MICE de référence pour l'accueil de séjours professionnels et d'événements.

Nous avons exploité cet espace MICE ainsi que notre table à l'Omega Lounge pour inviter des contacts ciblés le jeudi 28 août. Le marché Suisse romand a convié l'agence événementielle MCI et le marché Suisse allemand a invité une entreprise.

Par ailleurs, nous avons offert à nos partenaires la possibilité de représenter gratuitement leur établissement/société au sein de cet espace MICE.

Une plateforme d'inscription a été mise en place, avec trois créneaux par jour, afin de permettre à différents établissements de bénéficier de cette présence. Les établissements suivants ont participé: Crans Ambassador, Guarda Golf, Hostellerie du Pas de l'Ours, Aïda Hotel & Spa, LeCrans, Hôtel de l'Etrier, Chetzeron et l'École Suisse de Ski.



Event avec GC Zurich

Suisse Alémanique

Un événement Crans-Montana organisé avec le GC Zürich a permis de rencontrer 58 nouveaux contacts.

CMTC a organisé un événement de networking et de familiarisation produit dans les bureaux de STC Swiss Travel Center, autour d'une raclette, afin de présenter la destination dans un cadre convivial.

7 fam trips ont été organisés à Crans-Montana avec des agences, entreprises et executive assistants.

Un événement de networking à Zürich avec MICE Lounge a permis de générer 26 contacts supplémentaires.

La présence à l'Assistants' Day à Zürich ainsi que 16 visites directes de clients en suisse-allemande ont également contribué au développement du réseau.



Event Mice Lounge Zurich

Benelux



Business Dinner au Luxembourg le 3 juin 2025

Thème: plus haut, plus loin, plus durable



Networking Event Netherlands

Événement SCIB avec 20-30 acteurs MICE néerlandais ainsi qu'un welcome networking avec des médias néerlandais.



2 jours de networking à Bruxelles

> Événement de réseautage destiné aux organisateurs d'événements au sein d'associations et d'entreprises



> Événement de réseautage destiné aux agences MICE



France

Salon SBE à Lyon

Participation au salon annuel organisé par Séminaire Business Events (SBE), événement de référence du secteur MICE de la région lyonnaise, destiné principalement à l'organisation de séminaires. Première participation de Crans-Montana durant l'édition 2025, sur le stand « Destination Suisse » composé par SCIB, CMTC, Montreux Vevey Tourisme et les hôtels IHG de Genève.

Grâce à cette opération et l'entraide des quatre exposants, nous avons pu rencontrer 100 contacts au total, dont plus d'un quart directement intéressé par l'offre alpine de Crans-Montana. À la suite de ce salon, nous avons comptabilisé 5 nouvelles demandes d'offres qualitatives.

Eductour Crans-Montana

En collaboration avec le Suisse Convention Bureau de Paris, nous avons organisé un voyage d'étude (Eductour) composé de six participants d'agences événementielles provenant de toute la France notamment Paris, Toulouse et Strasbourg. Réalisé du 5 au 7 septembre, cet Eductour a eu pour objectif de faire connaître les atouts de l'été à la montagne. Cette opération s'est réalisée avec l'aide de nombreux partenaires: Hôtel Crans-Ambassador, hôtel Six Senses Crans-Montana, Chetzeron, Faern Hôtels & Resorts (Valaisia Crans-Montana), Hôtel de l'Etrier, Adrenatur, la Fondation Opale, Golf Club Crans-sur-Sierre et la Cave la Romaine.

Pure Meetings & Events International

Pour la 3^{ème} année consécutive, CMTC a participé au workshop Pure Meetings & Events International à Paris, plateforme B2B destinée aux organisateurs de séminaires français cherchant des destinations étrangères et des prestataires de services (OT, DMC, hôtels, lieux événementiels).

La destination a été représentée par CMTC ainsi que l'hôtel Six Senses Crans-Montana, comptabilisant un carnet d'adresse de 32 contacts. Cette opération de vente s'est réalisée en collaboration avec le Suisse Convention Bureau de Paris.



Cocktail mix Challenge Paris

Cocktail Mix Challenge le 13 octobre à Paris

Événement référence de SCIB Paris, le Cocktail Mix Challenge est une soirée qui combine un court workshop avec rendez-vous libres entre les partenaires suisses et les clients MICE. Cette partie est suivie d'une présentation en plénière dont le format est conçu pour être ludique et original. À la suite de la partie «business», la soirée prend la tournure d'un Networking Event dont le concept est un atelier et jeu de cohésion d'équipe autour de l'univers de la mixologie. Chaque équipe prépare un cocktail inspiré par la destination.

Partenaires de l'édition 2025: Genève, Lausanne, Montreux, Crans-Montana, Bâle, Villars-Les Diablerets.

Résultats de la soirée 2025: 34 clients MICE, dont 6 des principales agences événementielles parisiennes. À la suite de cet événement, CMTC a reçu deux demandes d'offres.



France afterwork Fondue & curling 2025

Afterwork Curling & Fondue – SCIB France

Afin de clôturer l'année sous une note conviviale et hivernale, SCIB Paris organise avant les fêtes de fin d'année une soirée de réseautage regroupant les principaux acteurs parisiens du MICE (agences événementielles, spécialistes de la recherche de lieux et entreprises basées à Paris et dans ses environs). Cette soirée prévoit une présentation des destinations participantes à l'événement. En 2025, Crans-Montana était la seule destination représentée et a pu s'exprimer auprès de 39 invités. La soirée s'est poursuivie d'un apéritif dînatoire ainsi que d'une initiation au curling, reflétant une activité insolite de Crans-Montana.



Allemagne

Meet & Greet à Hamburg et Hannover

Événement en présentiel au mois de juin sous forme de rendez-vous commerciaux avec des agences et entreprises dans deux villes/régions cibles: Hamburg et Hanovre.

L'action a combiné deux dîners d'affaires avec des clients à Hamburg et Hanovre, ainsi que des rendez-vous commerciaux complémentaires à Hamburg avec trois autres clients.

L'organisation et l'accompagnement ont été assurés par l'agence Tailor Made Consulting. La qualité des agences présentes a permis des échanges pertinents et ciblés.

Total contacts: 16

Study Trip Swiss Secrets

Ce voyage d'étude emmène les organisateurs de réunions et d'événements dans les lieux les plus insolites et surprenants de Suisse. Des lieux de réunion et d'événements qui stimulent la créativité, sortent des sentiers battus, sont atypiques et exceptionnels.

Réalisé en collaboration avec Genève Tourisme, le programme s'est déroulé sur 4 jours / 3 nuits et a réuni 5 organisateurs d'événements soigneusement sélectionnés.

Les participants ont notamment découvert l'offre hôtelière de la destination, la Plaine Morte, le Chemin des Lanternes, ainsi que la gastronomie locale. Ils ont également pris part à un challenge biathlon. Un voyage de familiarisation réussi, à la hauteur de la devise « Swiss Secrets ». Les clients ont tous été très agréablement surpris par la destination Crans-Montana et ses possibilités. Un très bon groupe de clients soigneusement sélectionnés.



Royaume uni

Sales workshop à Londres avec Moulden Marketing Destination Showcase

Une journée, sous forme de rendez-vous individuels à Londres, avec environ 20 rendez-vous préprogrammés organisés par Moulden Marketing. Un moyen très productif de rencontrer des acheteurs britanniques. Nous étions 7 destinations à participer avec SCIB UK.

STAND ALONE newsletter avec SCIB UK: envoi d'une newsletter dédiée à Crans-Montana à la base de données client de SCIB UK. 1900 clients dans la base de données, 50.8% d'ouverture, 7.64% de CTR.



9. Quelques chiffres 2025

2'219'161 CHF
Retombées économiques 2025

34%
Taux de conversion / 63 sur 187
Nbre de réservations confirmées



■ Hôtels 50%
■ Activités 32%
■ Restaurants 18%

Les données pour 2025

- > CA 2 219 161 CHF
- > Nbre résa confirmées 63
- > Nbre total pax des résa confirmées 12978

> Total jours avec groupes des résas confirmées 128

Exemple 1

- > Groupe romand 1 nuit en semaine en mars 35 pax chambres twin
- > Salle de séminaire, activité, repas et soirée festive
- > Ont réservé l'Hotel Royal, ESS, Twinpeaks et le Monkis
- > 1 groupe 1 nuit 4 prestataires

Exemple 2

- > Groupe romand 2 nuits en semaine en mai 12 pax, comité de direction
- > Important pour eux: une activité outdoor
- > Ont réservé le Six Senses, Valais Wine Tour et sporting club

Exemple 3

- > Groupe romand avec participants internationaux, 1 nuit en semaine en juin, 13pax
- > Activités séminaire le matin puis ebike l'après-midi et restaurant gastronomique le soir
- > Ont réservé le Pas de l'Ours, ebike avec ESS, LeMontBlanc et Colombire

Exemple 4

- > Excursion école suisse-allemande, 4 nuits en septembre en semaine, 16pax
- > Ont réservé l'auberge de jeunesse, activité multi challenge avec adrenatur et une sortie à Colombire

Exemple 5

- > Groupe suisse-allemand, 1 nuit en semaine en septembre, 25pax, chambre single, sortie de groupe teambuilding
- > Ont besoin d'une salle de séminaire, logement et repas du soir
- > Ont réservé hôtel prairie, tout dans le même hôtel

4. Commercialisation B2C par le shop en ligne

Le «Shop Crans-Montana», plateforme de vente directe intégrée au site internet de la destination constitue un levier stratégique à la fois pour la commercialisation et la valorisation de l'offre touristique. Au-delà de sa fonction de réservation, il s'impose comme un outil central de découverte, permettant aux visiteurs d'accéder facilement à une large gamme d'activités et d'expériences proposées à Crans-Montana, qu'il s'agisse d'activités de plein air, de bien-être, de manifestations ou d'expériences exclusives.

En constante évolution, la plateforme poursuit son développement par l'intégration progressive de nouveaux partenaires locaux, contribuant ainsi à enrichir la diversité de l'offre et à renforcer les possibilités de personnalisation des séjours.

Le shop est aujourd'hui nettement mieux structuré avec une organisation claire et cohérente qui renforce son efficacité globale. Parallèlement, un soin particulier a été apporté à la qualité et à l'esthétisme, permettant d'offrir une plateforme plus attractive, professionnelle et agréable à utiliser.

Cette montée en qualité s'accompagne d'un intérêt croissant de la part des partenaires. De plus en plus d'acteurs proposent désormais leurs activités, expériences ou manifestations culturelles sur le shop, confirmant sa pertinence et son attractivité.

Le shop a également gagné en visibilité, renforçant ainsi son positionnement et son rayonnement. Dans ce contexte, les partenaires reconnaissent de plus en plus la valeur ajoutée qu'il leur apporte, notamment en termes de mise en avant et de visibilité de leurs offres.

Dans une dynamique de développement continue, le shop est appelé à évoluer prochainement avec son intégration au sein de la marketplace de destination actuellement en cours de finalisation. Cette évolution s'inscrit dans une logique de renforcement de son rôle central, tout en élargissant ses fonctionnalités.

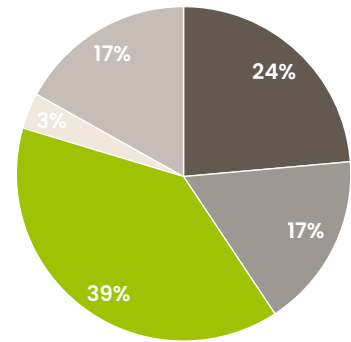
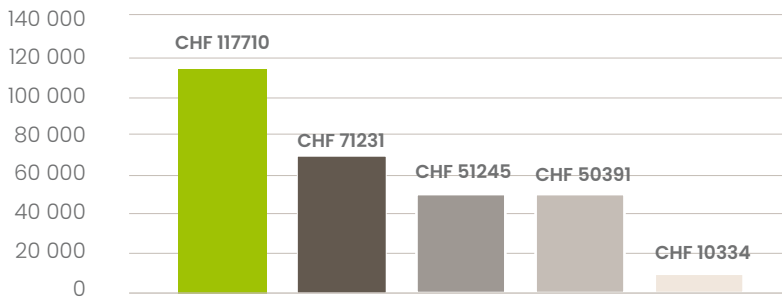
Dans son ensemble, l'année 2025 reflète une progression solide et qualitative qui confirme le rôle du shop comme outil central et performant au service de ses partenaires.

En 2025, le «Shop Crans-Montana» a enregistré une progression significative avec un chiffre d'affaires de CHF 300'911.– Ce résultat confirme l'attractivité croissante de la destination ainsi que la confiance accordée à la plateforme par ses utilisateurs.



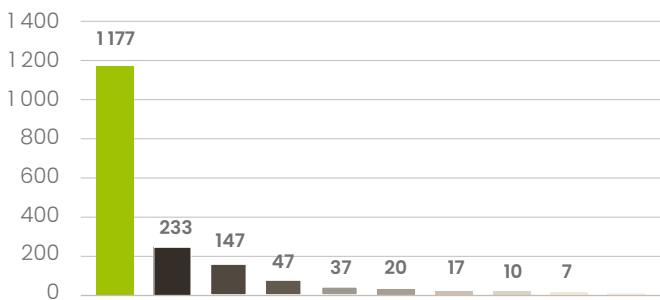
En 2025 c'est:

- > 48 activités outdoor
- > 44 événements et manifestations culturelles
- > 31 activités bien-être
- > 24 activités famille
- > 16 activités indoor
- > 19 activités gastronomiques



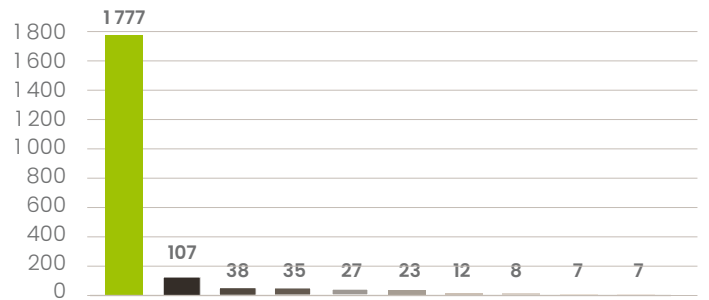
■ Activités outdoor/famille
 ■ Activités indoor/famille
 ■ Activités culturelles
■ Activités gourmandes
 ■ Activités bien-être

Top 10 – répartition par canton



■ Valais
 ■ Vaud
 ■ Genève
 ■ Fribourg
 ■ Zurich
 ■ Berne
■ Neuchâtel
 ■ Tessin
 ■ Jura
 ■ Bâle-Campagne

Top 10 – répartition par pays



■ Suisse
 ■ France
 ■ Belgique
 ■ Etat-Unis
 ■ R.-Uni
 ■ Italie
■ Pays-Bas
 ■ Monaco
 ■ Allemagne
 ■ Luxembourg

*la forte part des réservations valaisannes s'explique principalement par la présence importante de propriétaires en résidences secondaires à Crans-Montana.

3 produits phares en hiver



Escapades gourmandes



Balades en chiens de traîneaux



Nuits magiques en montagne

3 produits phares en été



Fabrication du fromage au Hameau de Colombire








Visites animalières en famille



Activités yoga

Indicateurs de performance de la plateforme de réservation en 2025

	2024	2025	Écart 2024/2025
CA total	1 450 282	1 284 092	-11% 
CA hébergement	1 122 413	914 986	-19% 
Nombre de nuitées	6 161	4 615	-26% 
CA activités	263 275	300 911	+13% 
CA par le congrès	44 155	43 292	-2% 

Le chiffre d'affaires lié à l'hébergement ainsi que le nombre de nuitées enregistrent une évolution principalement marquée par une diminution des réservations via Booking.com (-36 %), partiellement compensée par une hausse de 10 % des réservations effectuées directement sur le site internet de la destination. La diminution observée s'explique aussi par le changement de système de réservation de certains hébergeurs, désormais incompatible avec celui de la centrale de réservation. En conséquence, ces offres ne sont plus disponibles à la réservation via notre site internet, ce qui contribue également à la baisse constatée.











Opportunité de partenariat

Crans-Montana offre aux acteurs locaux la possibilité de valoriser leurs compétences et passions en les intégrant à son écosystème d'expériences touristiques. Toute personne souhaitant proposer une activité peut rejoindre le réseau de partenaires et intervenir en tant que guide ou animateur local.

Cette démarche permet non seulement de partager un savoir-faire ou une passion avec les visiteurs et les résidents, mais également de contribuer activement à l'enrichissement et à la diversification de l'offre proposée sur la destination. Elle constitue par ailleurs une opportunité de générer un revenu complémentaire tout en favorisant des échanges authentiques. Pour toute information complémentaire, les personnes intéressées sont invitées à contacter le Responsable du Commerce Digital:

flavien.rappo@crans-montana.ch
+41 27 485 04 41

Indicateurs de performance Ventes & Réservations

	2023	2024	2025	Écart 2024/2025
Contacts ventes avec tours opérateurs	275	434	542	+25% 
Chiffre d'affaires Centrale Réservations (en CHF)	1 359 724	1 450 282	1 284 092	-11% 
Chiffre d'affaires réservations activités (en CHF)	195 843	283 515	300 911	+6% 
Nombre d'activités réservées sur le shop	1 551	2 745	2 183	-20% 
Nombre d'offres groupe / séminaire / teambuilding	188	156	187	+20% 
Conversions offres réservations groupe/Mice	35%	37%	34%	-8% 
Retombées économiques des réservations groupe/Mice	1 310 000	1 394 015	2 219 161	+59% 
Nombre de contacts avec les médias internationaux	202	154	205	+33% 
Nombre de visites de presse (médias internationaux)	81	67	72	+7% 
Nombre de publications (médias internationaux)	146	127	124	-12% 

Centre de Congrès Le Régent *CCLR*



Le CCLR au service de la destination

Le Centre de Congrès Le Régent (CCLR) constitue un outil stratégique au service du développement touristique et économique de Crans-Montana. Par son positionnement sur le segment MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Events), il contribue à la diversification de la clientèle et à la stabilisation de l'activité tout au long de l'année.

Le tourisme de congrès permet de réduire la dépendance à la saisonnalité traditionnelle en attirant une clientèle professionnelle en dehors des périodes de forte fréquentation touristique. Cette activité génère des retombées directes pour l'ensemble de l'écosystème local: hôtellerie, restauration, commerces, transports, prestataires techniques et activités annexes.

Le CCLR joue ainsi un rôle complémentaire selon les périodes de l'année :

- Durant les périodes de forte fréquentation touristique, le centre accueille principalement des événements destinés aux hôtes présents dans la destination (manifestations culturelles, conférences, assemblées, événements publics ou privés), contribuant à enrichir l'offre d'animations.
- Durant les périodes plus calmes, le CCLR agit comme générateur de demande en attirant des congrès, séminaires et événements d'entreprises qui amènent une clientèle spécifique à séjourner à Crans-Montana.

Cette double fonction confirme le rôle du CCLR comme levier stratégique pour soutenir l'activité touristique annuelle et renforcer l'attractivité de la destination.

Activité et chiffres clés de l'année

L'année écoulée confirme la pertinence du Centre de Congrès Le Régent dans l'offre événementielle de Crans-Montana. L'activité s'est caractérisée par une grande diversité d'événements accueillis: congrès, séminaires d'entreprises, assemblées générales, événements institutionnels, manifestations culturelles ainsi que des événements locaux.

Cette diversité démontre la flexibilité des infrastructures du CCLR ainsi que sa capacité à répondre aux besoins de différents segments de clientèle. Elle illustre également l'importance du centre comme plateforme polyvalente au service de la destination.

L'activité soutenue tout au long de l'année témoigne de la demande pour des infrastructures adaptées aux événements professionnels et confirme le rôle du CCLR comme acteur central du segment MICE à Crans-Montana.

En 2025, le Centre de Congrès Le Régent a accueilli **18'934 participants**, confirmant la dynamique positive de l'activité.

Développement du portefeuille et nouveaux événements

Le développement commercial du CCLR repose sur l'acquisition régulière de nouveaux événements, tout en consolidant les manifestations existantes. Cette dynamique permet d'élargir le portefeuille clients et de renforcer le positionnement du centre sur le marché MICE.

L'année écoulée a été marquée par l'intégration de nouveaux organisateurs, tant dans le domaine corporate qu'associatif, ainsi que par l'accueil de nouvelles manifestations locales et régionales. Cette évolution confirme l'attractivité du centre et sa capacité à répondre aux attentes du marché.

L'acquisition de nouveaux événements demeure un objectif prioritaire afin d'assurer une croissance durable de l'activité et d'augmenter les retombées économiques pour la destination.

Infrastructures et compétitivité

La compétitivité d'un centre de congrès repose directement sur la qualité et la modernité de ses infrastructures. Le CCLR dispose d'équipements polyvalents permettant l'accueil d'événements de différentes tailles et configurations.

Afin de maintenir l'attractivité du centre face à la concurrence régionale et nationale, il est toutefois essentiel de poursuivre une politique d'investissement et d'amélioration continue. L'évolution des besoins techniques, digitaux et scénographiques des organisateurs nécessite une adaptation constante des équipements.

Le maintien d'infrastructures performantes constitue ainsi un élément clé pour garantir la compétitivité du CCLR et soutenir le développement du marché MICE.



Ils nous font confiance

Le Centre de Congrès Le Régent accueille chaque année plusieurs manifestations majeures et événements récurrents qui contribuent fortement à l'activité de la destination :

PharmaMontana

Organisé depuis 2019, cet événement réunit environ 250 participants durant 2 jours et demi.

Quadrimed

Congrès organisé par les cliniques de Crans-Montana, réunissant environ 1'200 participants et 100 exposants du domaine médical. Cette manifestation majeure se tient depuis 1988 sur une durée de 2 jours et demi.

Crans-Montana Classics

Concert du Nouvel An ainsi que le concert pour les enfants du 2 janvier.

Les Roches Global Hospitality Education

L'une des plus grandes écoles hôtelières au monde organise ses cérémonies de remise de diplômes à Crans-Montana. Ces événements attirent parents et partenaires provenant de plus de 80 nationalités. Environ 800 personnes participent à chaque cérémonie.



Repas sociétaires banque Raiffeisen du Haut-Plateau

2 soirées organisés avec plus de 900 convives à la réactivité, et à l'écoute, avec la mise en place et l'analyse d'enquêtes de satisfaction dédiées.

Autres événements accueillis

Le CCLR accueille également de nombreuses manifestations telles que :

- Conférence HN55
- Journée des thérapeutes – physiothérapie
- Kick-off ESS Crans-Montana, début festifité du 100^e anniversaire
- Association des hôteliers de Crans-Montana
- Assemblées générales CMTC
- Assemblées générales CMA
- Qualification Donnschtig Jass
- Événements institutionnels et manifestations locales
- ...

Cette diversité illustre le rôle du CCLR comme infrastructure centrale pour la vie économique, associative et culturelle de la destination.

Perspectives












Les perspectives pour les prochaines années s'articulent autour de plusieurs axes stratégiques :

- développement du marché MICE
- acquisition de nouveaux événements
- renforcement de la notoriété du Centre de Congrès Le Régent
- idéalisation et amélioration continue de l'expérience client
- collaboration renforcée avec les partenaires de la destination
- évolution et modernisation progressive des infrastructures

Ces priorités visent à consolider le rôle du CCLR comme outil stratégique au service de Crans-Montana et à renforcer sa contribution au développement économique de la destination.

Indicateurs de performance

Les indicateurs détaillés figurent dans le tableau ci-joint. Ils permettent de mesurer avec précision l'impact économique, la satisfaction client et les retombées touristiques des actions menées.

	2024	2025	Écart 2023/2024
Jours d'occupation incluant montage/démontage	244	283	+16% 
Taux d'occupation incluant montage/démontage	67%	78%	+16% 
Jours de manifestations totaux	143	146	+2% 
Taux d'occupation des salles	25%	24%	-4% 
Nombre de visiteurs	20 920	18 934	-9% 
Nombre de manifestations	171	179	-2% 
Manifestations	90	85	-7% 
Autres (séances, danse, etc.)	91	94	+3% 
Chiffre d'affaires global sans subventions	688 562	787 234	+14% 
Nouveaux clients	7	10	+43% 
Nouvelles manifestations	7	10	+43% 

Ressources humaines : l'équipe

Composition au 31.12.2025

Direction



Bruno Huggler
Directeur Crans-Montana
Tourisme & Congrès

Marketing & Événements



Grégoire Matthey
Responsable Département
Marketing & Événements



Mathilde Emery
Assistante Marketing
& Événements



Amélie Bernicard
Resp. Réseaux Sociaux
& Campagnes Digitales



Amandine Dozier
Responsable Événements



Chloé Gapany
Responsable Relations
Publiques & Médias



Guillaume Favre
Responsable Marque
& Design



Mélissa Clavien (Gilliand)
Responsable
Communication Digitale



Oriane Willi
Responsable Événements



Sandra Dessimoz
Responsable de Projets
Marketing



Thierry Künzi
Responsable Informatique



Anaïs Sierro
Coordinatrice
de Contenus Digitaux



Rafael Isidro Paiva
Collaborateur
Informatique



Marine Reynaud
Stagiaire Communication



Ines Mounir
Stagiaire Événements

Ventes & Marchés



Pierre-Henri Mainetti
Responsable Département
Ventes & Marchés



Evan Pasquini
Responsable Marchés
Italie - France - GCC



Flavien Rappo
Responsable
Commerce Digital



Nathalie Güller
Responsable Marchés
Suisse (D) - Allemagne



Aurélie Duc
Responsable Marchés
Romandie-Benelux

Accueil & Information



Florence Clivaz
Responsable Département
Accueil & Information



Laura Rey
Collaboratrice
Accueil & Information



Morgane Chételat
Collaboratrice
Accueil & Information



Marianne Savioz
Collaboratrice
Accueil & Information



Susanne Kuonen
Collaboratrice
Accueil & Information



Séverine Robyr
Collaboratrice
Accueil & Information



Anne Gruber
Auxiliaire
Accueil & Information



Chloé Martin
Auxiliaire
Accueil & Information



Danilo Spina
Auxiliaire
Accueil & Information



Pauline Rouiller
Auxiliaire
Accueil & Information



Zoé Chervet
Auxiliaire
Accueil & Information

Administration, Finances & RH



Raphaël Lamon
Responsable Département
Administration, Finances & RH



Emilie Cavallo
Adjointe Finances



Doris Perren
Collaboratrice
Administrative



Valeria de Wit
Collaboratrice
Administrative & RH

Centre de Congrès Le Régent



Grassi Mauro
Responsable Centre
de Congrès Le Régent



Massimiliano Coralli
Adjoint Centre de Congrès
Le Régent



Luc Babey
Collaborateur administratif
Centre de Congrès Le Régent



Nikola Andrejic
Collaborateur assistant
d'exploitation Centre
de Congrès Le Régent



Rodolphe Viva
Technicien Son & Lumière
Centre de Congrès Le Régent



Vanessa Cagnazzo
Femme de ménage Centre
de Congrès Le Régent

Le comité

Composition au 31.12.2025



Jean-Daniel Clivaz
Président



Olivier Duchoud
Vice-Président et Représentant
de la commune d'Icoigne



Bernard Rey
Représentant de la commune
de Lens



Nicolas Féraud
Représentant de la commune de
Crans-Montana



Sébastien Rey
Représentant de la commune de
Crans-Montana



Bettina Tschopp
Représentante des agences
immobilières



Bérengère Primat
Représentante de la culture



Philippe Nicolle
Représentant des cafetiers
restaurateurs



Franck Reynaud
Représentant des hôteliers



Pierre-Antoine Zanoni
Représentant des artisans



Nicolas Masserey
Représentant des écoles de ski



Pascal Schmalen
Représentant du Golf-Club
Crans-sur-Sierre



Pete Petrovski
Représentant des Remontées Mécaniques
Crans Montana Aminona (CMA) SA

Indicateurs de performance

	2024	2025	Écart 2024/2025
Taux de rotation des employés	18%	9%	-9%
Durée moyenne chez CMTC	6.28 ans	6.72 ans	+0.44 an
Moyenne d'âge	39 ans	39 ans	0 an
Répartition Femme	57%	63%	+6%
Répartition Homme	43%	37%	-6%
Heures de formation	796,2 heures	537 heures	- 259,2 heures

Qualité & Durabilité



Le système de management de la qualité de CMTC a été audité selon les normes ISO 9001 et 14001.

Au-delà d'un standard qualité, cette certification reflète la mise en place d'un management durable et intégré au sein de CMTC.

Depuis le 1er février 2025, CMTC a confié le suivi et la certification de son système de management à l'Agence pour la citoyenneté et la performance des organisations (ACPO).

Les exigences des normes ISO 9001 et 14001 encouragent notre entreprise à optimiser ses performances globales grâce à un système de management orienté client.

Cette approche nous encourage à travailler au travers de processus qui incluent une planification rigoureuse de nos actions, la mise en œuvre des produits et services adapté, un contrôle systématique des résultats et des objectifs à atteindre, ainsi que la mise en place d'amélioration pour satisfaire au mieux les exigences des clients tout en s'efforçant d'aller au-delà de leurs attentes.

Par ailleurs, des audits internes sont réalisés tout au long de l'année afin d'identifier les opportunités d'amélioration de nos méthodes de travail et de garantir l'efficacité de notre système de management.



Évolution de la demande

Les fréquentations dans la destination

Fréquentations enregistrées

Ayant passé la nuit (hors habitants des 3 communes de Crans-Montana, Icoigne et Lens)

Période 01.11.2024 au 31.10.2025⁽¹⁾

Hôtellerie	266 473	13.3%
Instituts et écoles internationales	120 528	6%
Groupes et cabanes	22 529	1.1%
Camping	8 925	0.4%
Maison d'hôtes	4 171	0.2%
Établissements de cure	916	0%
Autres (résidences secondaires, appartements, chalets, chez les résidents, etc.)	1 579 550	79%

Source: nombre d'unités par ménage multiplié par 50 nuitées selon base de données des communes.

Total 2 003 092 100%



Sexe*

Femmes	47%
Hommes	53%



Tranche d'âge*

<20 ans	5%
20-39 ans	27%
40-64 ans	43%
65 ans et plus	25%

*Uniquement visiteurs suisses. Basé sur les données des abonnés Swisscom. Source de données Swisscom Mobility Insights.

⁽¹⁾ source: décomptes transmis mensuellement à CMTc par les hébergeurs

Provenance par canton (hors Valais)



Vaud
30.1%



Genève
18.3%



Fribourg
7.8%



Berne
7.5%



Zurich
5.1%



Neuchâtel
4.1%



Argovie
2.1%



Divers
25%

Source: Swisscom Mobility Insights. Swisscom Mobility Insights a connu une panne durant les jours du 28 et 29 décembre 2024. Swisscom n'est pas en mesure de recalculer les données pour ces deux jours. MyTouros a extrapolé les données de ces deux jours pour les indicateurs principaux mais pas pour les détails des provenances.

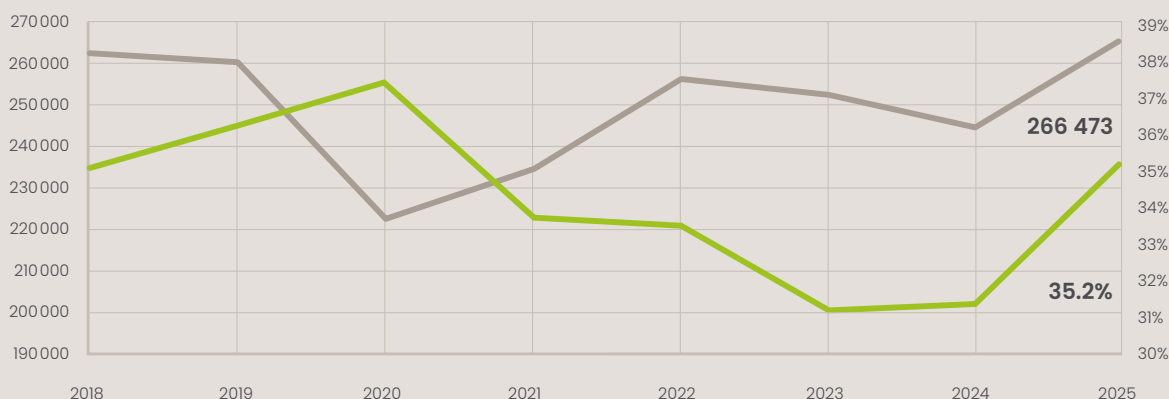
Statistiques nuitées du 01.11.2024 au 31.10.2025

Évolution des nuitées

Nuitées hôtelières

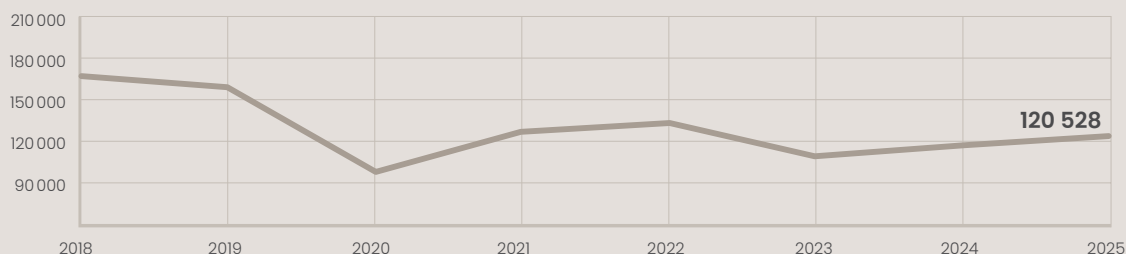
↑ +8.6% Nbre nuitées

↑ +10.3% Taux d'occupation



Instituts, Écoles internationales

↑ +1.2% Nbre nuitées



Répartition des nuitées par type d'hébergement

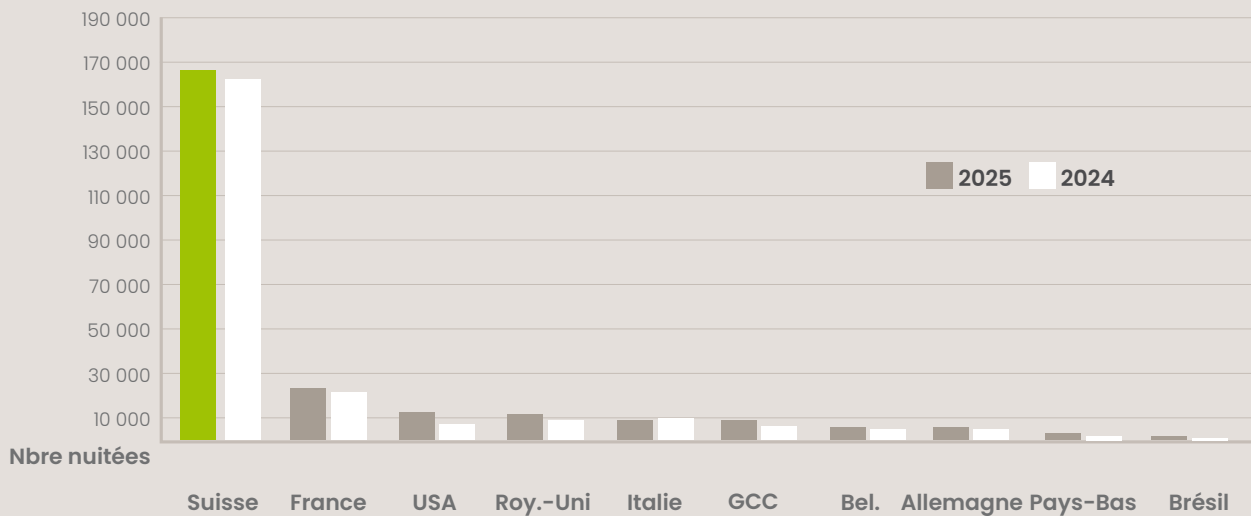
	01.11.2024 -31.10.2025	01.11.2023 -31.10.2024	Évolution	Répartition 2025
Hôtellerie	266 473	245 302	8.6%	62.9%
Instituts Écoles internationales	120 528	119 091	1.2%	28.5%
Groupes et cabanes	22 529	23 964	-6.0%	5.3%
Camping	8 925	6 781	31.6%	2.1%
Maison d'hôtes	4 171	4 846	-13.9%	1.0%
Établissements de cure	916	949	-3.5%	0.2%
Total	423 542	400 933	5.6%	100%

Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

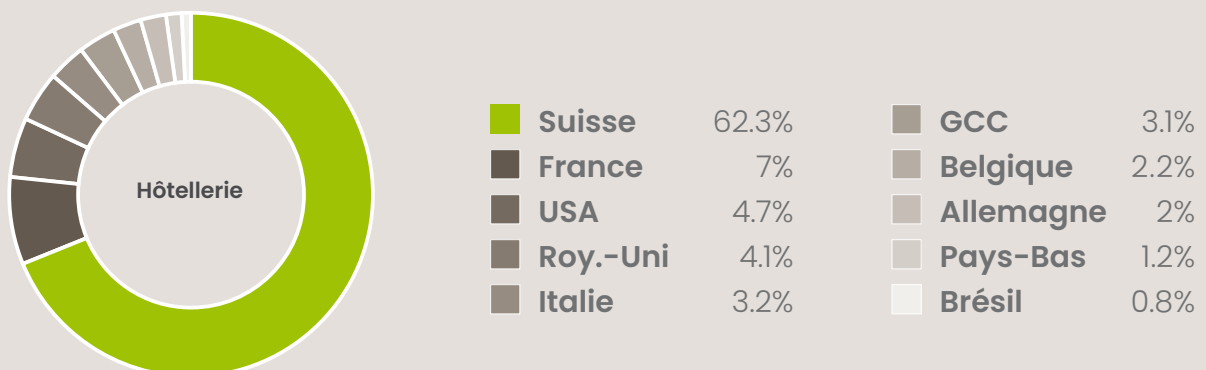
Statistiques par marché du 1.11.2024 au 31.10.2025

Hôtellerie, origine géographique des 10 premiers marchés

Comparaison 2025 vs 2024



Répartition 2025 (10 premiers marchés qui représentent le 90.4% des nuitées)

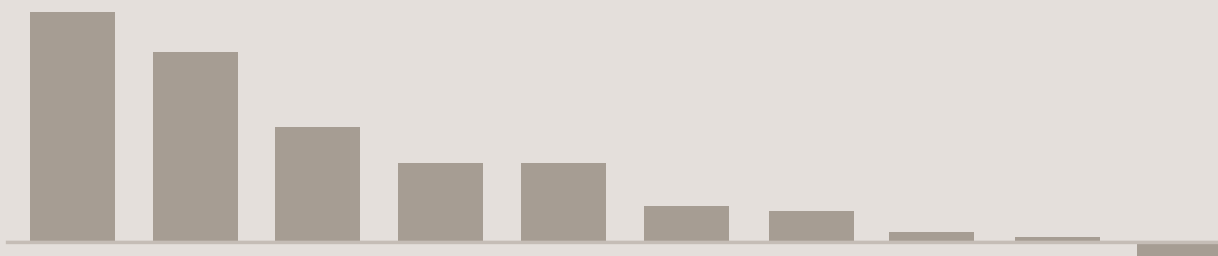


Source: observatoire Valaisan du Tourisme/HESTA

Statistiques par marché du 1.11.2024 au 31.10.2025

Hôtellerie, Variation des nuitées en % des 10 premiers marchés (comparaison 2025 vs 2024)

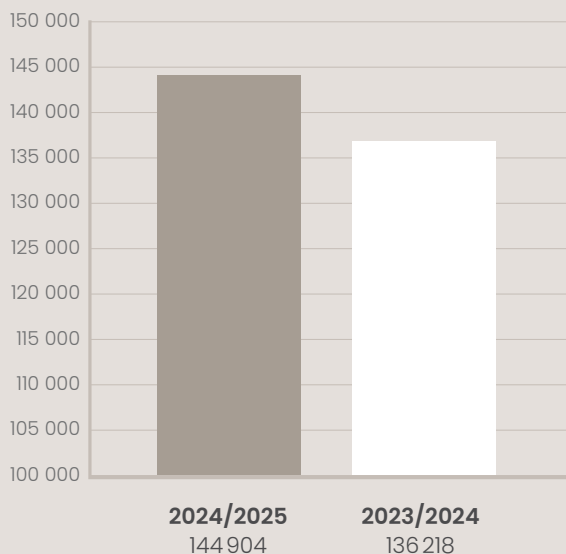
USA	Brésil	GCC	Pays-Bas	Roy.-Uni	Allem.	Belgique	France	Suisse	Italie
78.8%	65.3%	39.1%	27.6%	26.8%	13.4%	11.4%	3.7%	2.3%	-6.1%



Source: observatoire Valaisan du Tourisme/HESTA

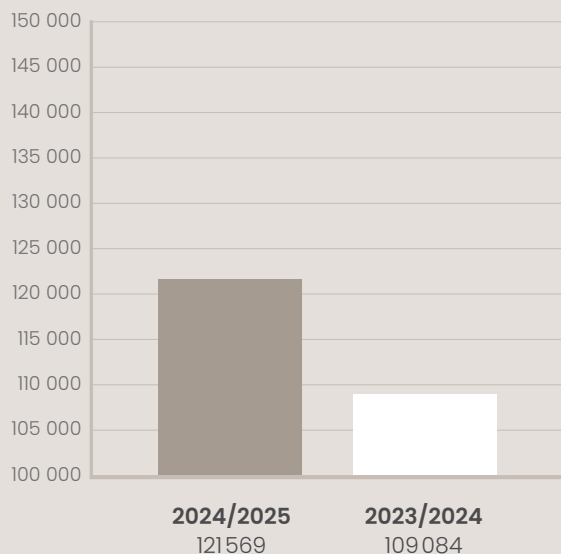
Nuitées hiver

01.11.24-30.04.25 vs 01.11.23-30.04.24 ↑ +6.4%



Nuitées été

01.05.25-31.10.25 vs 01.05.24-31.10.24 ↑ +11.4%



Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

Statistiques par catégorie

	24-25	23-24	Écart	24-25	23-24	Écart	24-25	23-24	Écart
	Établissements			Chambres			Lits		
Total Luxe*	9	9	0	379	379	0	782	782	0
Total First Class	7	7	0	366	366	0	815	815	0
Total Confort	12	11	1	374	350	24	833	785	48
Total économique	8	8	0	114	114	0	296	296	0
Total	36	35	1	1 233	1 209	24	2 726	2 678	48

Le Faern Hotel Valaisia a été reclassifié rétroactivement en 4 depuis 2023

Taux d'occupation lits en hôtellerie

	Hiver 24/25 Nov. - Avril	Hiver 23/24 Nov. - Avril	Écart	Été 25 Mai - Oct.	Été 24 Mai - Oct.	Écart	2024/2025 Nov. - Oct.	2023/2024 Nov. - Oct.	Écart
Nombre de nuitées	144 904	136 218	8 686	121 569	109 084	12 485	266 473	245 302	21 171
Nombre de jours d'ouverture	142.4	140.7	1.8	143.3	146.5	-3.19	277.8	287.2	-9.4
Taux d'occupation sur l'ensemble des lits effectivement disponibles	37%	37%	1%	32%	28%	16%	35%	32%	10%
Taux médian d'occupation des lits	40%	37%	10%	32%	30%	8%	35%	33%	6%



47.8%

Moyenne du taux d'occupation
des 10 hôtels les plus fréquentés

Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

Finances

Bilan Crans-Montana Tourisme & Congrès au 31.12.2025

Actif	Bilan au 31.12.2025		Bilan au 31.12.2024		Écart
	CHF	%	CHF	%	CHF
Actifs circulants	4 199 606	91.7%	3 449 469	89.3%	750 137
Liquidité	1 307 531	31.1%	1 177 564	34.1%	129 967
Caisse	49 253	3.8%	49 241	4.2%	12
Banques	1 246 639	95.3%	1 110 758	94.3%	135 881
Poste	11 639	0.9%	17 565	1.5%	-5 926
Créances à court terme envers des tiers	2 889 756	68.8%	2 271 905	65.9%	617 851
Créance provenant des taxes de séjour	454 286	15.7%	258 336	11.4%	195 950
Créance provenant de la taxe de promotion touristique	2 071 218	71.1%	1 683 706	74.1%	387 512
Créances provenant de la centrale de réservation	24 684	0.9%	25 819	1.1%	-1 135
./. Provision pour pertes sur créances	-42 091	-1.5%	-20 458	-0.9%	-21 632
Créances diverses	359 095	12.4%	125 014	5.5%	234 080
Actifs de régularisation	22 564	0.8%	199 489	8.8%	-176 924
Créances à court terme envers des institutions publiques	2 319	0.1%	0	0.0%	2 319
Impôt anticipé à récupérer	2 319	100.0%	0	0.0%	2 319
Actifs immobilisés	379 304	8.3%	415 062	10.7%	-35 758
Immobilisations financières	1 002	0.3%	1 002	0.2%	0
Participations diverses	1 002	100.0%	1 002	100.0%	0
Immobilisation corporelles meubles	13 119	3.5%	17 594	4.2%	-4 475
Véhicule de service	2	0.0%	3	0.0%	-1
Maison du Tourisme (agencement, mobilier et machine)	13 113	100.0%	17 587	100.0%	-4 474
Mobilier, machine, équipement, terrain solde pour mémoire	4	0.0%	4	0.0%	0
Immobilisation corporelles immeubles	365 183	96.3%	396 466	95.5%	-31 283
Maison du tourisme	365 183	100.0%	396 466	100.0%	-31 283
Total Actif	4 578 910	100.0%	3 864 531	100.0%	714 378
Passif	CHF	%	CHF	%	CHF
Fonds étrangers	3 164 791	69.1%	2 474 020	64.0%	690 772
Dettes à court terme	2 539 819	80.3%	1 803 008	72.9%	736 811
Résultant d'achat et de prestations de services	2 539 819	80.3%	1 803 008	72.9%	736 811
Dettes ACCM	792 687	31.2%	518 576	28.8%	274 111
Dettes diverses résultant d'achats et de prestations de services	927 776	36.5%	785 236	43.6%	142 540
Dettes envers des institutions de prévoyance	80 464	3.2%	396	0.0%	80 068
Dettes envers des institutions publiques	44 572	5.6%	0	0.0%	44 572
Passif de régularisation	694 321	27.3%	498 801	27.7%	195 520
Dettes bancaires à long et moyen terme	499 000	15.8%	546 500	22.1%	-47 500
Portant intérêts	499 000	15.8%	546 500	22.1%	-47 500
Dette bancaire Maison du Tourisme portant intérêts	499 000	100.0%	546 500	100.0%	-47 500
Provisions	125 972	4.0%	124 512	5.0%	1 460
Provisions à court terme	10 000	7.9%	10 000	8.0%	0
Provisions s/ass. annulation	10 000	7.9%	10 000	8.0%	0
Provisions diverses	115 972	92.1%	114 512	92.0%	1 460
Fonds propres	1 414 119	30.9%	1 390 512	36.0%	23 607
Fonds affectés - Héritage association du terrific	21 678	1.5%	0	0.0%	21 678
Bénéfices reportés	1 390 512	98.3%	1 392 200	100.1%	-1 689
Bénéfice de l'exercice	1 929	0.1%	-1 689	-0.1%	3 618
Total Passif	4 578 910	100.0%	3 864 531	100.0%	714 379

Finances

Comptes d'exploitation

Produits	Comptes 2024 12 mois		Budget 2025 12 mois		Comptes 2025 12 mois		Écarts 2025 s/budget
	CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme							
Taxes de séjour et My Explorer Card	4 495 388	50.9%	4 753 000	49.8%	4 736 108	52.0%	-16 892
Taxes de promotion touristique	1 592 095	18.0%	1 510 000	15.8%	1 287 512	14.1%	-222 488
Ventes d'articles	43 566	0.5%	35 700	0.4%	42 665	0.5%	6 965
Centrale de réservation	77 635	0.9%	45 600	0.5%	74 739	0.8%	29 139
Cotisations membres	95 674	1.1%	98 000	1.0%	94 786	1.0%	-3 214
Subventions ACCM - Marketing & Ventes	856 678	9.7%	1 022 000	10.7%	928 744	10.2%	-93 256
Subventions ACCM - Events	781 000	8.8%	438 000	4.6%	423 000	4.6%	-15 000
Subventions ACCM Coupe du monde de VTT 2025	0	0.0%	410 000	4.3%	410 000	4.5%	0
Subvention Fondation du Casino	60 000	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0
Subvention État du Valais - Loterie Romande et fonds du sport	190 000	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0
Recettes Coupe du monde de VTT	0	0.0%	865 000	9.0%	728 235	8.0%	-136 765
Recettes diverses	636 832	7.2%	373 500	3.9%	380 897	4.2%	7 397
Produits Crans-Montana Tourisme	8 828 868	100%	9 550 800	100%	9 106 686	100%	-444 114
Centre de Congrès							
Recettes Administration	72 954	10.6%	77 000	12.9%	110 322	14.0%	33 322
Locations salles et logements	260 813	37.9%	230 000	38.6%	244 734	31.1%	14 734
Recettes commerciales	354 794	51.5%	289 000	48.5%	432 178	54.9%	143 178
Produits Centre de Congrès	688 562	100.0%	596 000	100.0%	787 234	100.0%	191 234
Produits consolidés	9 517 430		10 146 800		9 893 920		-252 880

Charges	Comptes 2024 12 mois		Budget 2025 12 mois		Comptes 2025 12 mois		Écarts 2025 s/budget
	CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme							
Administration générale	924 738	10.5%	911 192	9.6%	932 369	10.2%	21 177
Charges de personnel	482 105	52.1%	479 192	52.6%	491 461	52.7%	12 269
Frais divers de personnel	68 099	7.4%	71 000	7.8%	67 524	7.2%	-3 476
Matériel et frais de bureau	88 158	9.5%	69 800	7.7%	53 900	5.8%	-15 900
Coûts copies et copieurs	15 063	1.6%	17 000	1.9%	14 625	1.6%	-2 375
Coûts GED	0	0.0%	4 500	0.5%	0	0.0%	-4 500
Loyers et charges	165 979	17.9%	163 000	17.9%	165 429	17.7%	2 429
Assurances	20 881	2.3%	21 000	2.3%	24 503	2.6%	3 503
Frais de véhicule de service	16 139	1.7%	21 000	2.3%	20 295	2.2%	-705
Organe de révision et AG	19 694	2.1%	15 000	1.6%	18 083	1.9%	3 083
Frais financiers	17 795	1.9%	15 000	1.6%	19 793	2.1%	4 793
Pertes sur débiteurs	-589	-0.1%	3 000	0.3%	22 226	2.4%	19 226
Autres frais	31 414	3.4%	31 700	3.5%	34 530	3.7%	2 830
My Explorer Card	1 152 923	13.1%	1 200 000	12.7%	1 224 123	13.4%	24 123
My Explorer card - prestations et fonctionnement	1 152 923	100.0%	1 200 000	100.0%	1 224 123	100.0%	24 123
Technologie de l'information	159 716	1.8%	227 750	2.4%	170 039	1.9%	-57 711
Parc informatique	159 716	100.0%	227 750	100.0%	170 039	100.0%	-57 711
Accueil & Information	724 867	8.2%	727 604	7.7%	718 961	7.8%	-8 643
Charges de personnel	638 438	88.1%	651 604	89.6%	644 386	89.6%	-7 218
Imprimés et matériel d'information	42 316	5.8%	42 500	5.8%	35 305	4.9%	-7 195
Articles pour revente	44 113	6.1%	33 500	4.6%	39 271	5.5%	5 771

Charges	Comptes 2024 12 mois		Budget 2025 12 mois		Comptes 2025 12 mois		Écarts 2025 s/budget
	CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme							
Ventes & Centrale de réservation	1 138 410	12.9%	1 430 080	15.1%	1 112 679	12.1%	-317 401
Charges de personnel	551 427	48.4%	606 080	42.4%	539 200	48.5%	-66 880
Activités marchés	542 371	47.6%	795 000	55.6%	520 273	46.8%	-274 727
Webshop de destination	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Centrale de Réservation	44 612	3.9%	29 000	2.0%	53 206	4.8%	24 206
Events	2 417 473	27.4%	2 641 756	27.9%	2 479 655	27.1%	-162 101
Charges de personnel	370 960	15.3%	382 256	14.5%	419 088	16.9%	36 832
Contribution aux événements (ACCM)	385 950	16.0%	350 000	13.2%	325 200	13.1%	-24 800
Animations & événement	1 660 527	68.7%	634 500	24.0%	607 153	24.5%	-27 347
Coupe du monde de VTT 2025	0	0%	1 275 000	48.3%	1 128 213	45.5%	-146 787
Marketing & Communication	1 880 672	21.3%	1 912 328	20.2%	2 103 401	23.0%	191 073
Charges de personnel	767 401	40.8%	811 508	42.4%	793 938	37.7%	-17 570
Frais généraux	39 121	2.1%	35 000	1.8%	32 663	1.6%	-2 337
Supports et marque	153 846	8.2%	133 000	7.0%	176 811	8.4%	43 811
Communication	605 572	32.2%	565 820	29.6%	654 531	31.1%	88 711
Expériences - produits	277 027	14.7%	342 000	17.9%	333 598	15.9%	-8 402
Divers et imprévus	37 705	2.0%	25 000	1.3%	111 860	5.3%	86 860
Association des communes de Crans-Montana	420 000	4.8%	420 000	4.4%	420 000	4.6%	0
Participation forfaitaires aux infrastructures	420 000	100.0%	420 000	100.0%	420 000	100.0%	0
Charges Crans-Montana Tourisme	8 818 762		9 470 710		9 161 226		-309 484

Charges	Comptes 2024 12 mois		Budget 2025 12 mois		Comptes 2025 12 mois		Écarts 2025 s/budget
	CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Centre de Congrès							
Charges de personnel	441 881	38.7%	434 800	40.0%	438 732	39.0%	3 932
Frais généraux	92 305	8.1%	77 600	7.1%	73 984	6.6%	-3 616
Frais financiers	226	0.0%	300	0.0%	319	0.0%	19
Entretien équipements, machines et véhicules	41 595	3.6%	43 000	4.0%	48 732	4.3%	5 732
Charges bâtiment et extérieurs	345 165	30.2%	291 500	26.8%	298 700	26.5%	7 200
Marketing & Promotion	2 881	0.3%	10 000	0.9%	20 936	1.9%	10 936
Charges commerciales	216 978	19.0%	230 000	21.2%	234 791	20.9%	4 791
Pertes sur débiteurs	32	0.0%	0	0.0%	8 991	0.8%	8 991
Charges du Centre de Congrès	1 141 062	100.0%	1 087 200	100.0%	1 125 185	100.0%	37 985
Charges consolidées	9 959 824		10 557 910		10 286 412		-271 498

	Comptes 2024 12 mois	Budget 2025 12 mois	Comptes 2025 12 mois	Écarts 2025 s/budget
Résultat de l'exercice	CHF	CHF	CHF	CHF
Crans-Montana Tourisme				
Produits	8 828 868	9 550 800	9 106 686	-444 114
Charges	8 818 762	9 470 710	9 161 226	-309 484
Résultat avant amortissement	10 106	80 090	-54 540	-134 630
Amortissement	37 316	37 300	35 758	-1 542
Résultat Crans-Montana Tourisme	-27 210	42 790	-90 298	-133 088
Centre de Congrès				
Produits	688 562	596 000	787 234	191 234
Charges	1 141 062	1 087 200	1 125 185	37 985
Résultat avant subvention ACCM	-452 500	-491 200	-337 951	153 249
Subvention ACCM	450 000	450 000	450 000	0
Retrocession d'une part du bénéfice	0	0	-103 765	0
Résultat Centre de Congrès	-2 500	-41 200	8 284	49 484
Résultat avant produit extraordinaire	-29 710	1 590	-82 015	-83 605
Produit extraordinaire	28 021	0	83 943	83 943
Résultat consolidé	-1 689	1 590	1 929	339

Finances

Annexes

1. Principes comptables

Les comptes annuels ont été établis en conformité avec les principes du droit suisse, en particulier les articles sur la comptabilité commerciale et la présentation des comptes du Code des obligations (articles 957 à 962 CO).

Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services	Immobilisations corporelles et incorporelles	Immobilisations financières
Les créances sont évaluées à leur valeur nominale, déduction faite des corrections de valeur pour risques de pertes connues ou prévisibles.	Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition diminuée des amortissements nécessaires. Les amortissements sont calculés selon la méthode dégressive et/ou linéaire.	Les immobilisations financières sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition diminuée des amortissements pour refléter une perte de valeur durable.

2. Immobilisations financières

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
Sté Crédit Hôtelier	1 000	1 000
VS incoming SA	1	1
CMA SA	1	1
Total des immobilisations financières	1 002	1 002

3. Immobilisations corporelles

Investissements	Valeur au 31.12.2024	Achat/Ventes	Total
	CHF	CHF	CHF
Véhicule de service	3	-1	2
Mobilier Maison du Tourisme	17 073	0	17 073
IT et Machines de Bureau Maison du Tourisme	514	0	514
Mobilier, machine, équipement, terrain (solde pour mémoire)	4	0	4
Agencement Maison du Tourisme	396 466	0	396 466
Total	414 060	-1	414 059

Amortissements ordinaires et/ou immédiats	Taux	Immédiats	Ordinaires	Valeur au 31.12.2025
		CHF	CHF	CHF
Véhicule de service		0	0	2
Mobilier Maison du Tourisme	25%	0	4 268	12 805
IT et Machines de Bureau Maison du Tourisme	40%	0	206	308
Mobilier, machine, équipement, terrain (solde pour mémoire)		0	0	4
Agencement Maison du Tourisme	5%	0	31 283	365 183
Total		0	35 757	378 302

4. Produits exceptionnels

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
Extournes de transitoires prescrits	0	27 266
Remboursement projet abandonné en 2022 (Alturos Destination AG)	83 933	0
Divers	10	755
Total des Produits exceptionnels	83 943	28 021

5. Valeur résiduelle des leasings véhicules

Valeur résiduelle des dettes découlant d'opérations de crédit-bail assimilables à des contrats de vente et des autres dettes résultant d'opérations de crédit-bail, dans la mesure où celles-ci n'échoient pas ni ne peuvent être dénoncées dans les douze mois qui suivent la date du bilan.

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
BMW Schweiz AG	1 805	9 027
Total des leasings véhicules	1 805	9 027

6. Cautionnements reçus

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
Valeur des cautionnements		
Cautionnement simple Commune de Lens - Emprunt BCVs	133 732	146 462
Cautionnement simple Commune d'Icogne - Emprunt BCVs	18 463	20 221
Cautionnement simple Commune de Crans-Montana - Emprunts BCVs	346 805	379 818
Emprunt BCVs	499 000	546 500
Cautionnement simple Commune de Lens - limite de crédit UBS	11 250	18 750
Cautionnement simple Commune d'Icogne - limite de crédit UBS	1 238	2 063
Cautionnement simple Commune de Crans-Montana - limite de crédit UBS	25 013	41 688
Limite de crédit UBS	37 500	62 500
Total des cautionnements	536 500	609 000

7. Dettes envers des institutions de prévoyances

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
Axa fondation LPP	80 464	396

8. Information sur le nombre d'équivalent plein temps

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
	CHF	CHF
Fourchette des emplois à plein temps en moyenne annuelle	<50	<50

9. Autre information prescrite par la loi

	Bilan au 31.12.2025	Bilan au 31.12.2024
Cours de change	CHF	CHF
EUR	0.9370	0.9470
GBP	1.0651	1.1354

Finances

Rapport de l'organe de révision à l'Assemblée Générale

Fiduciaire FIDAG SA

Fiduciaire Mittaz Sàrl

Fiduciaire de Crans-Montana (FCM) SA

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'assemblée des membres de Crans-Montana Tourisme & Congrès (CMTC), à Crans-Montana

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de votre association pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2025.

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

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

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

Fiduciaire FIDAG SA


 Daniel Savioz
 Réviseur agréé
 Réviseur responsable


 Anne-Laure Rey
 Experte-réviseur agréée

Fiduciaire Mittaz Sàrl


 Sven Mittaz
 Expert-réviseur agréé

Fiduciaire de Crans-Montana (FCM) SA


 Christophe Cordonier
 Expert-réviseur agréé

Crans-Montana, le 6 mai 2026
 7 ex.

Annexes : comptes annuels

Remerciements chaleureux

à nos membres pour leur soutien renouvelé

Abc-Dem Sàrl Emery Mayor Danielle, Académie de Français Crans-Montana Sàrl Hay Neva, Adler Philippe, Adrenatur Sports Adventure Jacobs Olivier, ADV Horespa Sàrl - Art de Vivre Bonvin Joseph, ADV Horespa Sàrl - Art de Vivre Borgeat Déjean Elisabeth, Agence AAI Angela Immobilier S.A. Turnbull Angela, Agence de Sécurité et Protection SA Délèze Pascal, Agence Immobilière Agival Crettal David, Agence Immobilière Barras SA Barras Christian, Agence Immobilière Martin Bagnoud SA Barras Didier, Agence Immobilière Moderne (Aim) S.A. Lapaire Françoise, Agence Julien Rey Julien, Agence l'Exclusif de l'Immobilier Miraoui el Mostafa, Agence le Cristal SA Tschopp Bettina, Agence Les Grillons Sàrl Dolt-Cordonier Nathalie, Agence Mickaël Hofmann Immobilier Sàrl Hofmann Mickaël, Aioutz David, Air-Glacières S.A. Vogel Bernard, AKR Sécurité Aymon Raphaël, Alaia SA Bonvin Adam, Alain Duc Paysagiste S.A. Duc Alain, Albrecht Chantal, Alex Sports Les Boutiques S.A. Barras Alex, Alhia Services Sàrl Bottinelli Sébastien, Alpro Swiss Sàrl Espejo Manuel, Altitude Immobilier S.a.r.l. Till Ferenc, Amadeus Distributions Sàrl Clivaz Jean-Daniel, Ancay Daniel Menuiserie S.A. RI Ancay Daniel, Angel's Sport Sàrl Angelo Olivier, Angelo & Fils Peinture-Gypserie S.A. Loprete Angelo, Annabelle Élegance SA Sileno Daniel, Antinori Illaria, aPa Consulting Sàrl Antonin Patrick, APACH Berger Cédric, Aquamust SA Georges Philippe, Aroutours SA Khurshudian Ara, Argaol Consulting Doebelin Jean-Jacques, Ariane Immobilier et Co. Sàrl Cordonier Ariane, Arkeo Sàrl Eralp Julien, Art/Collections-Fondation Bernard et Caroline de Watteville, ArtStyle Coiffure Gayoso Key, Art-Ethnovoyages.com Doriot Galofaro Sylvie, Association Château de Vaas Fournier Fabrice, Association Midrach Beit Avnon Arzi Clément, Association Montagn'ARTS Georgoulis Zoé, Association Trail des Patrouilleurs Beytrison Anouck, Atelier d'architecture Danelutti Danelutti Fabrice, Atelier d'Architecture Graphos Sàrl Michellod et Naoux Chris, Auberge de Jeunesse Crans-Montana Witschi Nicolas, Audemars Piguet Suisse (SA), Avalanche Pro Shop Albrecht David, Avocat et Notaire Bagnoud Charles-André, AXA Winterthur Pinsello Pierre-Philippe, Axius S.A. Lamon et Masserey, Aymon Patrick, Babayaga Sàrl Crespi Pierluca, Bachmann Impression Groupe SA Bachmann Harris, Bagnoud Anne-Marie, Bagnoud Optique Bagnoud David, Bagnoud Pierre-Olivier, Bagnoud Vins Bagnoud Nicolas, Bank Julius Baer & Co Ltd Borgeat Alexandre, Banque Cantonale du Valais Amos Samuel, Bagnoud Pictet & Cie SA De Blonay Natasha, Banque Raiffeisen des Communes du Haut-Plateau Roby Claude, BARNES Suisse SA d'Andiran Marc, Barras Christian (Garagiste), BARRAS Électricité Partners SA Barras Nicolas, Barras Enseignes sàrl Barras Ralph, Barras Joel SA, Barras Joël, Barras Joseph-Louis & Fils SA Barras Joël, Beeheldi Sàrl Rouiller Sandra, Bel-Air Fine Art Chababian François, Benjamin Cina & Fils SA Cina Lionel, Berclaz & Romailleur SA Berclaz Jean-François, Berclaz Gilbert, Berclaz Montana SA Berclaz Damien, Berclaz Suspension Center Atelier mécanique Berclaz Gabriel, Bernard Gasser SA Gasser Bernard, Best Wear SA Dubuis Eric, Bestenheider Armand - Restaurant- Boulangerie Gerber Bensten, Bestenheider Thierry, Beytrison Françoise, Bignell Exploitation Sàrl, Restaurant La Plage Bignell Jérôme, Bijouterie-Horlogerie Langel Thierry Langel, Bikeservices Rocha Pereira Rocha Pereira Danny, Bikes.ch Paganelli Julien, BioHive SA Masciulli Angela, BISA Tourisme SA Roby Jérémie, Bitterli Monika and Markus, Bl-Bois Sàrl Beney Lionel, Boggi Switzerland SA Carini Tiziano, Bonvin Gérard, Bonvin Marcel & Fils S.A. Bonvin Marcel, Bonvin Michel, Bonvin Nettoyages SA Bonvin Roger, Bonvin Yannick Camion-Grue SA Bonvin Yannick, Boucherie Cotter, Boucherie du Rawyl SA Gerber Michel, Bourgeoisie de Chermignon Lager Tony, Bourgeoisie de Lens Bagnoud David, Bourgeoisie de Montana Rey Pascal, Bourgeoisie de Randogne Jilg Géroire, Boutique Carmelo la Spina Carmelo, Boutique Ginger Bonvin Marianne, Boutique Julia & Co Thibault Danielle, Boutique Montblanc Viscolo Stéphanie, Bovet Pierre-Alain, Bowling Albert ler Erisman Franck & Lonfat Patrice, Bruellan S.A. Tissières Jean-Paul, Bsm Casaling S. a. Rl Merlo Stéphane, Bureau Armand Berclaz SA Berclaz Armand, Bureau d'architecture Rey Bernard, Bureau d'ingénieurs civils Raphaël Bonvin Raphaël, Burrus Katriona, Buvette de l'Alpage de Pépinet Vocat Michel, Caar Group SA Meinen Pierre-Yves, Cabane du Ski-Club Mont-Bonvin Gasser Mathieu, Cabane du Wildstrubel Weiner Maximiliane, Cabinet de podologie Jacobs (Rey) Valérie, Cabinet esthétique «ReNaissans» Rovenska Nataliya, Cabinet Harmonie Osteopathie Siggen Bastien, Cabinet Vétérinaire, Clinique Dr. Bonvin Bonvin Constantin R. CACM Hôtel SA, Sion, Café d'Ycoor Sàrl Santos Coelho Tito Ricardo, Café Restaurant Oliveto Muntoni Federico & Marianela, Café-Restaurant Le Chalet Rielle-Ghio Airdali Aloysia, Caisse d'Épargne et de Crédit Mutuel Savoiz Grégory, Calligraphy.ch SA Héritier Nicolas, Caméleon Rouvinet Sàrl Rouvinet Dominique, Camping de la Moubra Bokjovic Zoran, Carrosserie du Rawyl Sàrl Greucucci Salvatore, CaSy SA Ogi Caroline, Cave Bonvin Gaston & Eric Sàrl Bonvin Eric, Cave des Oasis SA Clivaz Yves, Cave Feuilles Morte Bonvin Pascal, Cave Jules Duc & Fils Duc Jean-Alexis, Cave la Corne Rouge Berclaz Fabienne, Cave le Tambourin Sàrl Bonvin Ismaël, Cave Les Sentes Sàrl Heymoz Serge, Cave Pierre Roby Roby Pierre, Caviar House & Prunier (Suisse) S.A. Eleskin Denis, CB Menuiserie Sàrl Crottaz Vincent, Centre Thérapeutique Medica Collard Didier, Centre Thérapeutique Médica Mudry Rebecca, Centre Thérapeutique Médica Van Camp Werner, Chalet Diognyos Bed & Breakfast Perruchoud Sophie, Chalet Petit Bois, Chetzron 2112 S.A. Lama Sami, Christophe Rudaz Sàrl Rudaz Christophe, Cinécan Maillet Pierre-Alain, Clinique Bernoise Eckert Philippe, Clinique Genevoise de Montana Mainetti Sylviane, Clinique Lucerne de Montana Wenger Fabian, CM Management SA Hôtel Six Senses Crans-Montana, CM Suites Management Sàrl Solal Laurent, Coiffure Pierre-André Cavallo Pierre-André, Colorado Riders Chalet Coubès-Hasler Family Sàrl Olivier Cou, Comina Architecture SA Comina Grégoire, Commune d'Icogne Duchoud Olivier, Commune de Crans-Montana Féraud Nicolas, Commune de Lens Bagnoud David, Compagnie de Chemin de Fer et d'Autobus Sierre-Montana-Crans, Confor Panorama SA Forage Pierre, Coop, Société Coopérative, Cordonier & Lamon SA Cordonier Jacques, Cordonier & Rey SA Cordonier Nicolas, Cordonier Amanda, Cosimo Crisafulli Sàrl Crisafulli Cosimo, CosKin One Sàrl Loup Jimmy, Cossey Errol P., Crans Luxury Lodges S.A. Barbato Michel, Crans Montana Welcome Experience Sàrl Morard Dominique, Crans-Café Coelho Pereira Ernesto, Crans-Montana Audition Sàrl Lampin Etienne, Crans-Montana Classics Bagnoud Loretan Isabelle, Crans-Montana Football Camps Association Loser Walter, Crans-Montana Luxury Services Sàrl Ralu-Y-Gombaux Manuel, Crans-Sapins SA Praplan Erika, Cransimmo-Contact Sàrl Schulte-Stemmer Karine, Créations Stylart Rey Jean-Claude, Creperie Crist Tea'S Borovicin Rodovanka, Crettal Françoise, Cry d'èr SA Rey Charles-André, Dada Architecture & Design Sàrl D'Agostino Davide, Dalil Central Sàrl Torrent Daria, David l'Instant Chocolat SA Pasquetti David, DBV Sàrl Debeauvais Ambre, DC Constructions SA Torrent Didier, de Courten Béatrice, De Erney Charles, de Michiels François, de Raemy Antoine, Debrunner Acifer SA Valais Zenhäuser Nicole, Dédé Sàrl Co Deller - Marendaz Sylvie, Dentiste Tellolis Olivier, Deprez S.A. Deprez Hervé, DesignFlowers Perret Véronique, Devillard Romandie SA, Dioma AG - Bonjour Crans-Montana Dionisio Marco, Discovery Immobilier Sàrl Bonvin Philippe, Domotic S.A. Zufferey Nicolas, Douce Tentation Martins Moreira Raquel, Droguerie de la Residence S.A. Rouvinez & Mommer, Dsc Prestige Sàrl Pozzoni Ivan, Duc Jacky, Duc Transports Sàrl Duc Pascal, Duc-Sandmeier Jacqueline, Dynamic360 SA Hotel du Lac Klingler Yves, Eagle Management Sàrl Miltaz Yves, Easyday Consulting - Thierry Simon Thierry, Eb Gypserie Peinture Sàrl Rodrigues Miguel, Ecole de Parapente Paralook Alvarez Johnny, Electropan S. a. Rl. Borgeat Michel, Elkens Sàrl Vernaz Luc, Emery Epiney SA Descamps Emmanuel, Enjoy the Ride Sàrl Hellmüller Roxane, Entreprise Marius Cordonier et Fils Sàrl Cordonier Antoine, Entretien de parcs et jardins Correia Pereira Antonio, Epor Distribution Sàrl Jeanneret Yves, Espace Premium Sàrl Durant Terrasson Roland Claude, ESS Crans-Montana Masserey Nicolas, Etavins Romandie SA, Eurotex Marletta Salvatore, Feldschloessen Boissons S.A., FELIX Bureautique.ch SA Garcia David, Fimdimmo Sàrl Ristic Gavro, Fiduciaire 13 Etoiles Sàrl Schraner Lucie, Fiduciaire de Crans-Montana SA Cordonier Christophe, Fiduciaire FIDAG SA Rankic Dejan, Finastrat AG Loretan Otto G., Flynn/high Sàrl Lamon Alexandre, Fondation Eurydice De Ségur Sophie, Fondation Le Rosyl C/o Savoy René, Fondation Opale Primat Bérengère, Fontainebleau 18 Sàrl - Olif's Break Reverberli François, Forster-Paysage Sàrl, succursale de Crans-Montana Forster Je, Fraise Ralph, Frédéric Zufferey & Cie Sàrl Staub Emile, G. Clivaz Bureau Fiduciaire S.A. Clivaz Gaston, Gabus Georges-Alain, GaleniCare AG Pharmacie Amavita Bagnoud (050, Garage Continental Bonvin Francis, Garage du Nord Bagnoud Abel, Garage Olympique S.A. Garcia Raphaël, Garage-Carrosserie La Dellègue Mabillard Sàrl Mabillard André, Gasser & Masserey S.A. Gasser Jacques, Gasser Jean-Michel, GBO Architecture SA Bonvin Gregory, GDN Entertainment Sàrl Pinto David, Gebel Edgar, Gérard-Bouriez Anne Marie, Gesthotel SARL C/o Sommet Education Sàrl, Gestion Residences Kandahar Pinckaers Michèle, GOLF NOAS SA Pralong Frédéric, Golf-Club Crans-Sur-Sierre Schmalen Pascal, Gotham MY Sàrl Poli Nicolas, Grand Hôtel du Parc Walcher Marianne, Grand-Père Cornut Cornut Yves, Guta General Guta Xhavit, Guy Favre Menuiserie S. a. Rl. Favre Guy, H-P Forst Rey Frédéric SA Rey Frédéric, Haut-Plateau Électricité Sàrl Québette Jean-Claude, Hedman Gunnali, Henchoz Patrick, Hendriksen Bernhard, Hermes Suisse SA, Home Cleaning Nettoyage Marques de Almeida Nisa, Hostellerie du Pas de l'Ours Bestenheider Armand, Hôtel Ad'Eldorado Bonvin Didier, Hôtel Belmont Duc Alain, Hotel de l'Étrier Bestenheider Géraldine, Hôtel de la Prairie Sàrl, Montana Pichard Nadine, Hôtel Élite Crans-Montana SA Barras Véronique, Hôtel Guarda Golf - Felli Hôtel SA Nati Felli, Hotel Helvetia Intergolf SA Alvarez Sonia, Hôtel Mont-Paisible SA Morard Serge, Hôtel Splendide Savoy-Barras Suzanne, Hotel Valaisia & Sports Montana-Vermala S.A. Collange Xavier, Hôtel-Residence de la Forêt SA Niedercorn Albertine, Hugo Steinegger P.r. & Management S.A. Steinegger Hugo, Ice Skating Club Crans-Montana Sierre, Imboden Pier Astrid, Impienia Suisse SA Nanchen Daniel, Imprimerie Gessler SA Gessler Jean-Paul, Imprimerie Nouvelle Montana SA Bagnoud Bonvin Ariane, Imprimerie Vb Sàrl Bonvin Jean-Pierre et Laurent, INDUBAT-Piscines & SPA Sàrl Porchet Rébecca, Institut Crans Sàrl Henri Eric, Institut de Massages Sportifs Tapparel Mariette, Institut Edelweiss Rossetti-Antille Ariane, Interhome S.A. (HHD AG), ISCM SA Mathieu Erwin, J.r.g. S.A. Garguilo Rafeale, Jardineige Sàrl Giorgetta Antonello, Jean-Marie Pont Sàrl Pont Jean-Marie, Jeannerat Damien, JEREMIE REY ET FILS SA Rey Jérémie, JMGT Menuiserie-Ebénisterie Sàrl Blanc Jérôme, Joël Briquet, Joël Rey Konstruks SA Rey Frédéric, Jules Rey Constructions SA Barras Dominique, Jump Online Services Sàrl Roby Alain, Kapim Sàrl - Pizzeria Riceputi Ivan, Kiosque Grand-Place Dolt Hedwig, Konrad Martina, l'Artisan du Bois Bagnoud Patrice, L'Atelier Café créatif Bach Géraldine, L'Essencier Sàrl Mayor Jean-Michel, La Cabane des Violettes Sàrl Reynaud Franck, la Cave de Crans S.A. Beytrison Christophe, la Frileuse S.A. Clivaz Marielle, La Mobilierie Aymon Yanis, La Perle Noire SA Beytrison Julien, La Piccolina Broudic Sabrina, la Tour de Supercrans Besson François, Laguna Crans S.A. Borgeaud Marianne, Laiterie au Petit Chalet Bonvin Florian, Lamon Denis, Lamon Phill, Lanciaux Concetta et Didier, LDConsult Emery Charles-André, Le Cadre Royal Sàrl Fernandes José, Le Chermignon Sonia Guyon Epouse Jakob Jakob Sonia, Le Constel Sàrl Moretti Jacques, Le Cordon Bleu Helvetia S.A. R.L. Cointreau André, Le Crans SA Hoffmann Leyla, Le Pouchkine Sàrl Cottini David, Le Régent International School SA Fluhr Christian, Le Renardeau, Le Senso Sàrl Moretti Jessica, Le Tirbouchon Sàrl Prax Julie, Les Amis du Haut-Plateau de Crans-Montana Martin Senn, Les Elfes Verbier S.A. Stettler Philippe, Limousine Service Emery Christian, Ljungqvist-Souvannavong Phitsamone, LOUIS VUITTON SUISSE S.A. Comptabilité Fournisseurs, Luxury Brands Switzerland Sàrl Saegesser Patrick, M 2 I Marceau Invest & Immo SA C/o Dewé Alain, Mabillard SA - Aux Arts Ménagers et La Boutique Mabillard Mi, Margelisch Françoise, Masserey SA, Terrassements et Transports Masserey Roland, Matias DA Silva Carvalho José Elias, Mayor Sally, MB Fiduciaire SA Barras-Frossard Caroline, Médécin-Dentiste Berclaz Julien, Menuiserie Charpente Bonvin Jean-Louis et Denis, Metz Jean, Michelangelo 98 SA Kalajdzic Ace, Miglionico Luciano, Milani Carrelage Sàrl Milani Yuri, Millius Carrelage SARL Millius Joël, Minebi S.A. Etoile des Pierres Feusi Marie-France, ML Immobilier VIP Services Sàrl Dollfus-Loretan Monique, Moncler Suisse SA, Monk's Bar Sàrl Nicole Philippe, Montan'Agence Berclaz René, Montana Bijoux Theintz Jean-Philippe, Montanagest Sàrl Mendicino Michel, Mosaic 2016 SA Kalajdzic Milan, Mudry Jean, Mudry Paul-Alfred, Myr Barbara, N et A Sécurité Sàrl Solimemento Aldo, NC Hospitality Consulting Sàrl Clivaz Camille, Nesins Pierre, New Goal Sàrl Gianni Alberti, Notaire Clivaz Paul-Albert, Notaxor Holding S.A. Roux Daniel, Nyffeler André, OIKEN SA, Olea Conseils Sàrl Richard Elodie, P. Bonvin & Fils Sàrl Bonvin Stevan, Pacific Shop & Pacific Shop Rental Baumgartner Xavier, Paradis des Enfants Betrisey Yvonne, Parrilla Argentina Sàrl Gribaudo Patricia, Parvex François, Passer Développement Sàrl Passerini Christophe, Patrice & Sandrine Cordonier SA Cordonier Patrice, Peak Performance Carle Philippe, Peintre Bonvin Gilles, Petrole-Carbone SA Maistre Yvan, Pfefferle & Cie S.A., Phare Sàrl Rapp Fabien, Pharmacie Benu des Alpes Hovi Roba, Pharmacie Internationale Montana Mater Alexis, Pharmacies du Haut Plateau SA Sauer Christine, PHM Premium Hotel Management Sàrl C/o Solalp, Physiobal Berrettoni Sandro, Pierre Coiffure de Stasi Jérôme, Pierre Pralong Atelier d'Arch. S. a. Rl Pralong Pierre-Alain, Pompes Funèbres Barras S.A. Barras Willy, Pompes Funèbres Daniel Rey et Fils Sàrl Rey Fabien, Postillon Exploitation Sàrl Bonvin Lionel, Pralong Antoine S.A. Pralong Antoine, Premium Solution CM Sàrl Stochitova Oana-Luiza, Pressing Blanchisserie Beau Soleil Trujanovic Natasa, Pressing Clair-Lac Martins Maria de Fatima, Professeur de Golf Gardino Eduardo, RANDO Shop Sàrl Levy Dov, Rebel Boutique Emery Danielle, Regamey Patrick, Regards Optique & Photographie Sàrl Pito Christophe Aurelio, Regida SA, Tropeano Ruggero, Regie Immobilière Fernanda Sàrl Pinckaers Michèle, Remontées Mécaniques de Crans Montana Aminona (CMA) SA, René Rey Sports Rey Christian, Renovation & Intérieurs Sàrl Demange Thierry, Residence Antares, Restaurant Bella-Lui S.A. Sandmeier Olivier, Restaurant la Dent-Blanche Cretzaz Pierre-Joseph, Restaurant Le Cervin Cottini Charly, Restaurant Le Continental DA Silva-Clivaz Sandra et Paul, Restaurant Pizzeria Molino Crans-Montana Brunner Karim, Restaurant Plumachat Rose Yvonne, Rey Christophe, Rey Jean-Pierre, Roby Marius, Rudaz + Partner Sa/Ag Clavien Stéphanie, Salle Grosse Sàrl - Café d'Icogne Engressat Wandrille, Sarah Dunn Translation Dunn Sarah, Sàrl Expertises Fonc. Franco-Suisse Capelli Jean-Claude, Sapeurs des Alpes Sàrl Trooster Goele, Savoy Jean-Claude, Schoechli Impression & Communication SA, Serge Mabillard Sàrl Mabillard Serge, Signal AG, Ski Rinaldo Jacomelli Jean-Rinaldo, Société du Casino de Crans-Montana S.A. Joquet Yannick, Solalp S.A. Rielle Aloysia, Sols G Griching Steve, Sommet et Neige Sàrl Swinburn Mel, Soundlights-VS sàrl C/o Cretton Jean-Marie, Southam - Aulas Anne, Sport Club Residence & Spa - Maxsean Siconolfi Lucrezia, Stay Tourism Sàrl Pablo Thierry, Stéphane Roby Sàrl - Laiterie Le Terror Roby Stéphane, Stephy Thérapie Center Moisset Stéphanie, Steve Rey Golf Coaching Rey Steve, Studio 21 Personal Training Bestenheider Carine, Style Nails Onglerie Bagnoud Marie-Claude, Summit Immobilier SA Beytrison Anouck, SUNIMMO Riviera Thebaud Alain, Swiss Broker House Sàrl Rastelli Francesco, SWISS CART PUTTOLU Puttolo Andre, Swiss Mountain Sports Sàrl Cailliet Yves, Swiss Well-Being SA, Tailless SA Tailless Nicolas, Tapparel Alexis et André S.A. Tapparel André, Tapparel et Aymon SA Tapparel Eddy, Taxis Central Jean Emery Christian, Tdm Sàrl Transports Taxis Morard Jacky, Teleshop SA, Cretton Jean-Marie, Texto S.A. Boutique First, Thierry Sermier Photographie Sermier Thierry, Thin Air Lab Sàrl Yelland Vivian, Thomas Ilg Sàrl Ilg Thomas, Time Flagship AG C/o Omega SA, Tissage de Toiles Berne SA Diettsheim Eduard, TouristdataShop SA, Tout Clean Services Iacopino Lolo, Trilogie Beauté Lamon Anne-Laure, Triloborg Tommy, Tsonas Créations fourrure et cuir, UBS Switzerland AG Amacker Rainer Rey Fabrice, Urmi Art S.A. C/o Fiduciaire Fidag SA, V. & A. Zwissig SA Griching Pierre-Alain, Valais Wine Tour Antille Emery Catherine, Valentin Charles-Henri, VALPIC Collé Denis, Vb Grues-Services S.A. Borgeaud Vincent, Venance Bonvin et Fils Bonvin Venance, Verdina Lynn et Robert, Vicarini et Fils SA Vicarini Gaëtan, Vins Bruchez S.A. Rey Patrick, Vitrière Zanoli & Fils SA Zanoli François, Viviane Immobilier Emery Viviane, Volterrai Valerio, Voyages L'Orsèou Bleu SA Melly Pierre, West Wing Sàrl Zhan Pingan, White Mountain Sàrl Reynaud Lionel, William Rey Platre-Peinture S. a. Rl. Rey William, Wortex Sàrl Icogne Mayor René-Pierre, Wuest Frédéric, YOGA CHIC Sàrl Hernandez Myriam, Zanoni Constructions Métalliques SA Zanoni Pierre-Antoine, Zermatten Gérard, Zermatten Sports S.A. Rey Sébastien, Zerodix Sàrl Bergsma Vincent, Zurich Assurances Rey Pascal

CRANS MONTANA 
Absolutely

Route des Arolles 4 | 3963 Crans-Montana | Suisse

Tél. +41 27 485 04 04

information@crans-montana.ch | www.crans-montana.ch