

Rapport de Gestion
Crans-Montana Tourisme & Congrès

2024



CRANS MONTANA 
Absolutely

Table des matières

Mot du Président et du Directeur	3
L'année 2024 en revue	5
> Développement des 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	53
Ressources humaines	58
Qualité & Durabilité	65
Évolution de la demande	66
Finances	72

Chers membres, chers partenaires, cher amis de Crans-Montana



C'est avec fierté que nous vous présentons ce rapport de gestion 2024, reflet d'une année marquée par des avancées stratégiques majeures et des événements d'envergure, qui renforcent le positionnement de Crans-Montana comme destination alpine de référence.

L'un des moments forts fut, en mai 2024, la finalisation de la vente des remontées mécaniques à Vail Resorts, acteur mondial du tourisme de montagne. Cette transaction historique ouvre une nouvelle ère de développement, témoignant du potentiel de croissance de notre région et de son attractivité internationale.

Autre jalon important : l'accueil des premières Coupes du Monde de VTT en juin, un franc succès qui confirme notre ambition de devenir un acteur clé des sports de montagne, en été comme en hiver.

Dans ce contexte porteur, notre priorité est claire : faire de Crans-Montana une destination quatre saisons, innovante et durable. Cela implique de développer une offre touristique cohérente et de qualité tout au long de l'année, avec des investissements alignés sur une vision commune.

Nous poursuivons également notre réflexion stratégique sur la mobilité, notamment avec l'étude de faisabilité d'une liaison câblée entre la Lenk et la Plaine Morte, ainsi que l'extension potentielle d'une liaison câblée depuis l'arrivée du funiculaire jusqu'aux pistes de ski. Ce sont autant de projets destinés à améliorer l'accessibilité, à fluidifier les déplacements et à répondre aux attentes de nos visiteurs.

Le développement durable de notre destination passe aussi par une augmentation des capacités hôtelières et la création de logements abordables pour les travailleurs et les résidents. Des évolutions prometteuses sont en cours, mais elles nécessitent un engagement fort de la part des autorités.

En parallèle, la digitalisation et l'intelligence artificielle ouvrent de nouvelles perspectives pour optimiser l'expérience client et nos services. Le soutien, la valorisation et l'accompagnement de toutes les personnes actives dans la destination demeurent également un levier essentiel. À cet effet, nous avons lancé, en collaboration avec la commission

économie et tourisme de l'ACCM, l'initiative Hospitality Heroes, qui vise à motiver et fidéliser les collaborateurs tout en les positionnant comme de véritables ambassadeurs de Crans-Montana.

Enfin, les Championnats du Monde de Ski 2027 représentent une opportunité exceptionnelle pour renforcer la notoriété de Crans-Montana. Il est essentiel de capitaliser dès aujourd'hui sur cet événement pour fidéliser notre clientèle existante et en conquérir une nouvelle.

Nous remercions chaleureusement toutes les autorités et l'ensemble de nos partenaires pour leur engagement au quotidien en faveur d'un développement harmonieux et ambitieux de notre destination. Ensemble, continuons à bâtir l'avenir de Crans-Montana.

Jean-Daniel Clivaz

Président, Crans-Montana Tourisme et Congrès

Bruno Huggler

Directeur, Crans-Montana Tourisme et Congrès



L'année 2024 en revue

Développement des Offres Touristiques



Chemin des Lanternes

Le Chemin des Lanternes s'impose, année après année, comme une **attraction phare** de l'hiver à Crans-Montana. Il est désormais nettement plus qu'une simple balade et propose un **programme d'animations** et d'activités très riche : des concerts, des spectacles, des œuvres lumineuses, des points de restauration, un village de mazots historiques, une chasse au trésor, etc. Pour les grands ou les petits, en couple ou en famille, une fois dans l'hiver ou chaque soir, le Chemin des Lanternes est à découvrir par tout le monde et se vit de multiples façons !

Piloté par l'Association Festival Étoile Bella Lui, en collaboration avec le Service Sports et Loisirs de l'ACCM et CMTC, le Chemin des Lanternes est soutenu par de généreux sponsors et partenaires. Ce véritable travail d'équipe permet de renouveler et d'enrichir chaque hiver le contenu proposé aux visiteurs.

Après un hiver 2023/2024 couronné de succès (**54'000 visiteurs**) avec une thématique centrée sur les 4 éléments, l'édition 2024/2025 a été placée sous le signe de l'Univers. Plusieurs nouveautés ont été présentées, dont **Synesthesia**, des concerts de piano combinés à des jeux de lumières, fruit d'une collaboration entre l'Association Festival Etoile Bella Lui, le Vision Art Festival (VAF) et Crans-Montana Classics. Féérique !



Ski Rando Parc : nouveaux parcours

Crans-Montana fut un **précurseur** en 2017 avec l'ouverture du Ski Rando Parc. Depuis cette date, la destination s'est imposée comme un lieu incontournable pour le ski de randonnée, un sport dont la popularité ne cesse de croître et qui permet de découvrir **la nature et ses espaces préservés**.

Pour l'hiver 2023/2024, plusieurs adaptations ont été proposées: nouveaux **parcours pour les débutants**, nouveaux départs en altitude pour **prolonger les saisons**, modifications de tracés, nouvelle signalétique, nouvelle carte, etc. Grâce à cette offre enrichie, Crans-Montana continue d'offrir des conditions idéales à tous les passionnés de «peau de phoque», notamment dans l'espace naturel grandiose de l'**Aminona**.

Le Ski Rando Parc est le fruit d'une gestion commune entre le Service des Sports et Loisirs de l'ACCM, CMTC et les remontées mécaniques, avec la coordination de Séverine Pont Combe et Nicolas Combe que nous remercions chaleureusement de leur engagement!



Amélioration des espaces de détente et loisirs

Grâce aux Communes, à l'ACCM et aux partenaires, l'offre de loisirs est en constant renouvellement. Chaque année, des investissements sont consentis pour rénover ou développer les infrastructures. Ainsi en 2024, nous pouvons notamment citer:

- > La rénovation de plusieurs **places de jeux**
- > L'embellissement de la **plage de la Moubra** avec un nouveau gazon
- > Un nouvel **Airbag** au Snow Island
- > De nouveaux jeux dans les **Maisons de Bibi**
- > De nouveaux arbres et tables dans les **jardins d'Ycoor**
- > Des travaux sur les **parcours de golf**

Cette liste n'est évidemment pas exhaustive et chaque action entreprise permet d'améliorer encore l'expérience des hôtes.



Gastronomie, Agritourisme, Œnotourisme

L'offre gastronomique et de produits du terroir fait clairement partie des avantages concurrentiels de Crans-Montana. Avec environ 130 établissements publics dont beaucoup sont ouverts toute l'année, une vingtaine de vigneron-encaveurs, des alpages, fermes et fromageries ainsi qu'une multitude de petits producteurs divers, la destination permet aux hôtes suisses comme étrangers de découvrir les **produits locaux et des cuisines du monde entier**!

Plusieurs acteurs du secteur se sont distingués en 2024:

- > Les caves **La Romaine**, **Le Tambourin** et le **Clos de Tsampéhro**, ont été cités par le prestigieux guide Gault&Millau des 150 meilleurs vigneron suisses (dont 44 proviennent du Valais).
- > Le Swiss Bakery Trophy a distingué **Tailens** en tant que meilleure Boulangerie-Pâtisserie du Valais.
- > **Franck Reynaud** (L'Ours) et **Yannick Crepoux** (LeMontBlanc) ont conservé leur étoile au Guide Michelin 2024. Par ailleurs, d'autres établissements sont chaleureusement recommandés par le célèbre guide: **Le Partage**, **FIVE**, **Le Bistrot des Ours** et **Le Monument**, mais aussi le restaurant **Edo**, qui conserve sa précieuse distinction du «Bib Gourmand», soulignant son bon rapport qualité-prix.
- > Pas moins de **dix restaurants** de la région de Crans-Montana ont été classés au Gault&Millau avec un total de 142 points annoncés à la fin de l'année 2024.
- > L'interprofession Raclette du Valais AOP a mis en lumière la qualité incomparable des fromages à raclette produits en Valais, dans laquelle 4 fromageries de la région de Crans-Montana ont brillé: les **alpages de Corbyre** et de **Merdechon** ont décroché une étoile d'or, tandis que l'**alpage de Pépinet** et la **Ferme des Trontières** se sont vu décerner une étoile de bronze.
- > Le Swiss Location Award® a couronné les plus beaux et les meilleurs lieux de Suisse qui se prêtent à l'organisation d'événements et/ou qui offrent des expériences particulières. Les établissements suivants ont été distingués d'exceptionnels (9+ points) ou excellents (8+ points) dans la catégorie «localités culinaires»: **LeCrans Hôtel & Spa** avec 9.1 points, **Six Senses Crans-Montana** avec 9 points, Brasserie Mosaic avec 8.7 points et **Crans Ambassador** avec 8.6 points.

A noter qu'en 2024, les visiteurs de Crans-Montana ont eu la chance de découvrir de **nombreux nouveaux restaurants** (par exemple La Ferme Saint-Amour, Gueuleton, Madriz Bistro, Mesòn Los Cuñados ou La Maison).

Enfin, attendue depuis plusieurs années, la validation par l'Etat du Valais et par la Confédération du Plan **Directeur Régional Agricole (PDRA)** n'a toujours pas été confirmée. Son entrée en vigueur, espérée pour 2025 ou 2026, ouvrira de nouvelles perspectives pour l'agritourisme à Crans-Montana.



Beach Club

Infrastructure pilotée par le Service des Sports et Loisirs de l'ACCM et par CMTC et dont la gestion est confiée à la société privée *Collectif Superbar*, le Beach Club est un point de rencontre privilégié pendant la saison estivale.

Chaque année, CMTC et l'ACCM investissent pour **maintenir et développer cette infrastructure** unique pour une destination de montagne, qui, couplée aux terrains de beach-volley, à une aire de jeux, à la piscine du Sporting, au Wake Park et aux WaterGames, offre **un espace de loisirs complet autour de l'Etang Long**. Un endroit exceptionnel pour s'offrir un moment à la plage... à 1'500 mètres d'altitude !



Une nouvelle aile pour la Fondation Opale

La Fondation Opale a inauguré de nouveaux espaces: **un auditoire, une bibliothèque et un lieu de stockage pour les œuvres**. Avec cette nouvelle aile magnifiquement située au bord du Lac du Louché à Lens, le centre d'art dédié à l'art aborigène contemporain enrichit son offre déjà unique.

L'auditoire de 124 places ainsi que ses salles adjacentes ou sa bibliothèque représentent un nouvel atout dans **l'offre d'accueil d'événements** telles que des conférences ou des séminaires.

En 2024, la Fondation Opale a présenté 2 expositions:

- > HIGH FIVE qui a mis au défi 26 personnalités du monde de la culture suisse de choisir une œuvre d'art aborigène et de proposer une « œuvre miroir » qui leur appartient.
- > ARTISTE ACTIVISTE ARCHIVISTE, dédié au parcours de Bernard Lüthi, artiste et curateur d'origine bernoise. L'exposition a proposé une sélection de ses œuvres, ainsi que des travaux d'artistes qui l'ont inspiré, dénonçant les conséquences du colonialisme et du racisme dans l'histoire australienne.



Projets pour 2025

CMTC mène ou collabore à plusieurs projets de développement dont certains aboutiront en 2025. Nous pouvons notamment citer:

- > Le développement de nouvelles activités autour des « **Lettres des 125 ans** » disséminées sur tout le territoire, qui permettent aux randonneurs de découvrir des endroits insolites et d'admirer le magnifique panorama. En collaboration avec la HES-SO Valais-Wallis, deux projets sont en travail: un concours pour les randonneurs qui visiteront le plus de lettres par été et des parcours de lettre en lettre, sur lesquels les traileurs pourront se mesurer.
- > Le lancement de **nouveaux parcours de VTT** qui enrichiront une offre déjà importante. Associée à l'organisation des Championnats du Monde Mountain Bike UCI 2025, ces homologations sont stratégiques pour le développement de ce sport éminemment important pour Crans-Montana.

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'animation, 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 2024, CHF 2.47 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.

Annoncez vos événements !

Le site internet www.crans-montana.ch fait office de **référence** pour les visiteurs du monde entier et pour les habitants des trois communes.

Les événements présents sur le site bénéficient en plus d'une **visibilité accrue grâce à leur diffusion automatique sur plusieurs supports digitaux interconnectés** (application mobile, écrans routiers, écrans TV, bornes d'informations dans les rues, etc.).

C'est pourquoi nous invitons tous les organisateurs à annoncer le plus tôt possible leur(s) événement(s) via la plateforme Unity. Si vous n'avez pas encore d'accès, merci de nous 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



Icogne: info@icogne.ch



Événements organisés par CMTC

En plus de collaborer avec certains comités d'organisation (Association Festival Etoile Bella Lui, Audi FIS Coupe du monde de ski alpin, par exemple), l'équipe événements de CMTC crée et organise plusieurs manifestations et animations tout au long de l'année.

Si « **l'expérience client** » est l'objectif numéro un dans l'élaboration d'un événement, la **durabilité** est toujours au centre de nos préoccupations. Des mesures concrètes sont ainsi prises, comme :

- > Travailler en priorité avec des **partenaires locaux** pour les infrastructures, la sécurité ou la restauration.
- > Utiliser et promouvoir les **produits du terroir et les vins** de Crans-Montana.
- > Engager des auxiliaires domiciliés dans la région.
- > Limiter le gaspillage et favoriser les **matériaux durables** (tri des déchets, vaisselle réutilisable, réutilisation du matériel, etc.).

En 2024, CMTC a testé à l'occasion de plusieurs événements un **système « no cash »** qui permet de limiter la monnaie en circulation (et donc la sécurité), d'analyser le succès des manifestations et d'assurer un moyen de paiement à chaque visiteur. La carte « **Crans-Montana Prepaid** » faisait partie des options offertes. Au fur et à mesure de l'année, le concept a été affiné et sera reconduit en 2025.



Discos glace

Organisées une fois par mois (janvier, février puis décembre), les discos glace attirent toujours un public nombreux à Ycoor. **Conviviales**, elles plaisent aux petits comme aux grands et animent les week-ends. Par 2 fois durant l'année, un **gala du Ice Skating Club Crans-Montana-Sierre** a eu lieu en ouverture de la disco glace.



Pâques

Comme chaque année, une **chasse aux œufs géants** a attiré un public nombreux sur 4 jours et enchanté les enfants, sous une météo radieuse. Les participants ont ainsi pu découvrir la destination et ont été récompensés par de petits **lapins en chocolat produits par un partenaire local**.

Le dimanche, des **animations et ateliers** ont été organisés avec succès à la place du Scandia, en collaboration avec la Crèche Croc Montagne et la Bibliothèque de Crans-Montana.

Carnaval

Comme chaque année, le « mardi gras » a été l'occasion d'organiser une animation pour les enfants. Après des ateliers à Crans, un cortège animé a amené les nombreux participants à Ycoor où une disco glace précédée d'un gala de patinage était prévue. Un succès!



Whoop UCI Mountain Bike World Series

Après les Enduro World Series en 2021 et 2022, puis les championnats suisses de VTT en 2023, Crans-Montana s'est encore un peu plus profilée comme une **destination incontournable pour les compétitions de bike**, avec l'organisation d'une étape des Whoop UCI Mountain Bike World Series.

En 2024, ces courses de **Coupe du monde de Cross-Country Olympique** et de **Short-Track** ont offert un magnifique spectacle, sur le parcours situé entre le Lac Grenon et le Lac de Chermignon. À l'exception de l'ambassadrice de Crans-Montana Jolanda Neff, blessée, toutes **les stars de la discipline étaient présentes**, parmi lesquelles Tom Pidcock, Nino Schurter ou Alessandra Keller. Plus de **6'000 spectateurs** ont assisté aux compétitions, malgré une météo pluvieuse!

78 médias nationaux et internationaux étaient présents, générant 230 articles dans 23 pays, pour une valeur média de CHF 9.2 mio. **Diffusé en direct** dans le monde entier et par les chaînes nationales, l'événement a offert à Crans-Montana une belle promotion, puisque les chaînes ont annoncé une **audience totale de 6.3 millions** de téléspectateurs. A cela s'ajoute plusieurs millions de vues sur les réseaux sociaux, apportant une visibilité très importante à la destination.

Organisé par CMTC, l'événement avait la particularité de se trouver **au cœur de la destination** où toutes les places et rues disponibles étaient réquisitionnées pour accueillir des équipes, sponsors ou exposants.

Enfin, cet événement a servi de test grandeur nature pour les Championnats du Monde Mountain Bike UCI Valais 2025.



Am Stram Gram

Entièrement gratuit, Am Stram Gram permet à de nombreux enfants de se dépenser et de découvrir des jeux ou activités dans le cadre magnifique de la destination.

Environ **9'000 personnes** (un record) ont participé à la 6^{ème} édition du festival Am Stram Gram! Durant 4 jours, **7 univers thématiques** (pirates, adrénaline, aquatique, construction, éveil, quand je serai grand et miam), plus de **20 ateliers ludiques** (théâtre, cirque, cuisine, etc.) et **12 spectacles** ont enchanté les enfants et leurs parents.

De plus en plus connu, **Am Stram Gram génère d'importantes retombées** pour la destination, tant directes (nuitées, dépenses dans les restaurants, etc.) qu'indirectes (notoriété, renforcement du positionnement de destination pour les familles, etc.). Ce succès grandissant impose toutefois une **amélioration constante** de l'organisation afin de garantir un accueil de qualité à nos visiteurs.

Vivement la prochaine édition!



Wine & Music

Wine & Music anime les vendredis soir d'été avec un concept simple: profiter des **vins des vigneron**s du Haut-Plateau, accompagnés de **raclettes** et **planchettes** des laiteries, alpages et boucheries de la région de Crans-Montana, le tout accompagné de **musique live**, dans le cadre champêtre des Jardins d'Ycoor.

Cette animation, qui réunit chaque semaine de nombreux touristes ainsi que des résidents de Crans-Montana, permet de lancer le week-end de la meilleure des manières!



Migros Hiking Sounds

Initialement prévu en juin, le Migros Hiking Sounds a finalement été reporté en septembre, pour des raisons météorologiques. Cet événement qui allie **randonné**e et **concerts** a emmené les **1360 participants** au départ de Crans en direction du Bisse des Miriougues, avant de faire un premier arrêt au Lac du même nom, où une première scène était positionnée. Une seconde étape a permis aux randonneurs de rejoindre la Moubra pour assister à la suite des concerts.

Le Migros Hiking Sounds a réuni des **artistes prestigieux**: Maryne, Bastian Baker, Carrousel et Chelan.



Fête nationale suisse

En plein cœur de l'été, le 31 juillet et le 1^{er} août sont traditionnellement très animés à Crans-Montana. Comme chaque année, des milliers de personnes ont participé aux nombreuses animations organisées par CMTC sur plusieurs sites:

- > La place d'Ycoor était animée par des **animations folkloriques** en journées puis par des **concerts et des DJs** en soirées. Les **restaurateurs locaux** y proposaient aussi une large palette de mets à déguster.
- > Les Jardins d'Ycoor incitaient à la rêverie avec des bougies et autres **illuminations féériques**, sublimés par 2 magnifiques **spectacles musicaux** dont celui envoûtant de Loris Mittaz, au piano, le 31 juillet.
- > Le Lac Grenon s'est illuminé avec un **grand show** de lasers, fontaines et lumières, le soir du 1^{er} août.
- > Les rues de Crans ont accueilli des défilés des **fanfares**, des **danses folkloriques** et des concerts de **cors des Alpes**.

La **partie officielle** a cette année pris une forme **très originale**, puisque le traditionnel discours a été remplacé par des **échanges entre des jeunes** habitants des Communes de Crans-Montana, Lens et Icoigne. Animés par Sébastien Rey, directeur et animateur de Rhône FM, ces débats ont permis aux nouvelles générations de **parler de la Suisse**, de leurs souvenirs et de leurs espoirs pour l'avenir.

A noter que de nombreuses autres fêtes ont été organisées dans les villages et les alpages et que le centre de Montana accueillait le marché.



Crans-Montana s'illumine

Organisé pour la deuxième fois, Crans-Montana s'illumine coïncidait cette année avec la Saint-Nicolas. Cet événement familial fait désormais office de « **kick-off** » de **l'hiver** avec des chants de Noël, l'illumination des 4 grands sapins, la **découverte des décorations de Noël** et l'inauguration du Chemin des Lanternes.



Noël

Les animations de Noël réunissent chaque année de très nombreux enfants venus **rencontrer le Père Noël** les 24 et 25 décembre. Avec le premier jour une parade au départ de Montana et des animations à la Place des Charmette, puis un deuxième jour au cœur du Hameau de Mayens sur le Chemin des Lanternes, l'ambiance fut féérique, d'autant plus que d'importantes chutes de neige avaient blanchi Crans-Montana juste à temps !



Nouvel An












Festive et conviviale sont les 2 mots parfaits pour qualifier l'ambiance de la fête de Nouvel An sur la place Victoria. Grâce aux 2 DJs et à une **scénographie futuriste**, plusieurs milliers de personnes se sont rassemblés pour dire adieu à l'année 2024. Après l'arrêt de la musique, les plus motivés ont poursuivi la nuit dans les bars de la station et **aucun problème de sécurité** n'a été déploré.



Maison de Bibi

En été comme en hiver, CMTC offre aux enfants **un espace de jeux et de rencontres** : la Maison de Bibi. Situé à Ycoor durant l'été et au Snow Island en hiver, cet espace ludique est animé par de jeunes auxiliaires locaux. En plus des **jeux à disposition**, les enfants peuvent participer chaque jour à de **petits ateliers** et même rencontrer leur idole, la fameuse mascotte Bibi, qui sort parfois de sa cachette pour leur plus grand bonheur !

Indicateurs de performance événements (organisés par CMTC)

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024
Nbre de jours avec un/des événement/s organisé/s par CMTC	38	31	29	-6% 
Fête de Noël - participants	3 500	3 500	3 500	- 
Nouvel An - spectateurs	5000	7 000	7 500	+7% 
Discos glace - participants	800	1 600	1 500	-6% 
Pâques - participants	2 000	2 000	2 200	+10% 
Beach Club - visiteurs	40 000	39 000	40 000	+3% 
Migros Hiking Sounds - participants	2 000	690	1 360	+97% 
Wine & Music - spectateurs	1 500	3 600	3 780	+5% 
Fête nationale suisse - spectateurs	50 000	50 000	45 000	-18% 
Am Stram Gram - spectateurs	6 600	8 500	9 000	+6% 
Compétitions de bike - spectateurs	735 ⁽¹⁾	3 000 ⁽²⁾	6 000⁽³⁾	+100% 

⁽¹⁾ Enduro World Series

⁽²⁾ Championnats suisses de VTT

⁽³⁾ Whoop UCI Mountain Bike World Series

Événements organisés par nos partenaires

Chaque année, plus de 50 événements sont organisés par des partenaires à Crans-Montana. Sportifs, culturels ou festifs, ils animent la destination et créent des retombées économiques importantes.

Tous ne peuvent pas être cités, mais voici une sélection :

TOP
EVENT



Audi FIS Coupe du monde de ski alpin Dames

Etape traditionnelle du cirque blanc féminin, la piste du Mont Lachaux a accueilli **3 courses** en 2024 (2 descentes et 1 super-G). Comme chaque année, le public s'est rassemblé en masse aux Barzettes et à Ycoor pour applaudir les coureuses et notamment les 3 gagnantes, Lara Gut-Behrami (SUI), Marta Bassino (ITA) et Stephanie Venier (AUT).

CMTC s'est à nouveau chargé de l'organisation des cérémonies protocolaires, des concerts et des spectacles.

Cette édition a été marquée par de nombreux hommages à **Hugo Steinegger** et à **Marius Robyr**, figure incontournable des courses de Crans-Montana, qui vivait son dernier week-end en tant que président du comité d'organisation. CMTC s'associe aux messages de remerciements pour leur dévouement, pour avoir replacé Crans-Montana sur la carte du ski alpin de compétition et pour avoir porté la candidature des FIS Championnats du monde de 2027.

2025 verra la prise en main de l'organisation des courses par le comité d'organisation de 2027 et le retour des hommes sur la piste Nationale, une première depuis 2013.



Défi des Faverges

À Crans-Montana depuis 1996, le Défi des Faverges se décline en 3 parcours :

- > 30 km avec 2'850 mètres de D+
- > 22 km avec 1'980 mètres de D+
- > 15 km avec 1'300 mètres de D+

Organisé un an sur deux, ce défi sert pour certains de préparation à la Patrouille des Glaciers. En 2024, **1'200 participants** se sont lancés dans cette aventure, en patrouilles de 2 ou 3.

**TOP
EVENT**

Caprices Festival

Pour sa 22^{ème} édition, le Caprices Festival a enflammé Crans-Montana durant 2 week-ends. **Des dizaines de DJs** se sont succédé sur les 5 scènes du festival. Mondialement connu dans le milieu de la musique électronique, le Caprices propose surtout **une expérience hors du commun** avec sa scène transparente Modernity, placée à 2'220 mètres et accessible uniquement en télécabine.

Idéalement programmé à la fin de l'hiver, le Caprices Festival attire **des milliers de visiteurs** venus de Suisse et de l'étranger, **qui remplissent la destination, ses hôtels et ses restaurants.**



Ambassadors of Music

Chaque semaine en juin et juillet, Crans-Montana a le plaisir d'accueillir des **groupes de jeunes musiciens américains** en voyage à travers l'Europe, qui remplissent les hôtels juste avant la haute saison. Ils proposent des **concerts de brass band et de chœurs** ouverts au public, organisée dans l'Orangerie d'Ycoor. De plus, ils ont la joie de visiter la région et de profiter des activités proposées par la destination.



Graaalps

En 2024, une **nouvelle course de gravel** a vu le jour: Graaalps! Sur leurs vélos « hybrides » de route avec des pneus larges, une poignée de fans de bike ont traversé 3 pays (France, Italie et Suisse) **entre Mandelieu et Crans-Montana**, sur un gigantesque parcours de **800 km** à parcourir en environ **5 jours**!

Cette nouvelle épreuve a permis de resserrer les liens entre Crans-Montana et **sa ville jumelle** située sur la Côte d'Azur, Mandelieu, tout en mettant à l'honneur un sport (le gravel) en plein expansion.

**TOP
EVENT**

Omega European Masters

Matthew Wallace a remporté la 77^{ème} édition de l'Omega European Masters, qui a attiré **48'100 spectateurs**! Cet événement confirme année après année son **importance pour la destination**, car en plus d'attirer en nombre sponsors, VIP, passionnés, spectateurs et médias, il assure une visibilité énorme à Crans-Montana. En 2024, l'Omega European Masters a généré plus de **3'000 heures de diffusion à travers le monde**! Un chiffre impressionnant auquel il faut évidemment ajouter les vues sur les réseaux sociaux et la couverture par les autres types de médias.

CMTC collabore chaque année activement avec European Tour Production, la société en charge de la production télévisuelle, pour assurer la **diffusion de petits clips de présentation de Crans-Montana**.

Entre la visibilité de la destination, la promotion du golf à Crans-Montana, les nuitées, les dépenses dans les boutiques et les restaurants ou encore l'ambiance festive, la semaine de l'Omega European Masters est **une semaine à part dans le calendrier** annuel de Crans-Montana!

**TOP
EVENT**

Wildstrubel by UTMB®

3^{ème} édition du Wildstrubel by UTMB® et nouveau **record de participation**. L'édition 2024, membre des UTMB World Series, a compté **6'000 inscrits** (4'300 finishers)!

La destination a vibré durant **4 jours** pour applaudir les coureurs et coureuses. Les chiffres communiqués par l'organisateur sont impressionnants:

- > **58%** des participants **viennent de l'étranger**
- > La dépense moyenne des coureurs s'élève à CHF 456.-
- > **13'200 nuitées** ont été créées
- > 93% des participants ont **prévu de revenir** dans la région
- > Les vidéos produites par l'organisateur ont généré **9 millions de vues**
- > **6.6 millions** de personnes ont été touchées par les réseaux sociaux

En raison des **conditions météorologiques très difficiles**, le programme et les parcours ont dû être modifiés plusieurs fois. Les courses ont pu se dérouler grâce aux **efforts extraordinaires** du comité d'organisation et des nombreux bénévoles. Désormais **bien implanté** dans le calendrier, le Wildstrubel by UTMB® ne peut que grandir et augmenter encore les retombées pour Crans-Montana!







Crans-Montana Classics

En 2024 et comme depuis de nombreuses années, Crans-Montana a la chance de pouvoir compter sur l'association Crans-Montana Classics pour organiser des concerts d'une qualité exceptionnelle. On citera notamment le concert de **Gala de Nouvel An** (avec Gautier Capuçon et les Cameristi della Scala), le **spectacle pour les familles** (Babar-Ma Mère l'Oye), les nombreux concerts en station ou dans les villages, les **Master Classes** ou le fabuleux **concert sur le Golf Ballesteros**. Grâce aux Classics, Crans-Montana dispose d'une **riche offre culturelle**, qui enchante les visiteurs comme les résidents.

L'année 2024 a aussi été l'occasion d'un **passage de témoin** entre Véronique Lindemann et Isabelle Bagnoud Loretan au poste de directrice et l'arrivée de Cédric Bonvin à la présidence de l'association. CMTC les remercie chaleureusement de leur engagement.



Indicateurs de performance événements (organisés par nos partenaires)

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024
Audi FIS Coupe du monde de ski alpin Dames - spectateurs	30 000	30 000	37 000	+23% 
Crans-Montana Classics - spectateurs <small>(nbre de représentations)</small>	4 000 ⁽¹⁵⁾	4 853 ⁽¹⁶⁾	5 138 ⁽¹⁷⁾	+6% 
Omega European Masters - spectateurs	50 200	53 500	48 100	-10% 
Caprices Festival - spectateurs	26 000	32 000	29 000	-9% 
Ascension du Christ-Roi - participants	611	500	650	+30% 
Wildstrubel by UTMB® - participants	2 450	4 000	6 000	+50% 
Chemin des Lanternes - visiteurs <small>(édition)</small>	non disponible	non disponible	54 000 ^(24/25)	-

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 principalement les **activités proposées dans la région**, les **événements en cours ou à venir**, ainsi que la **gastro-nomie locale**.

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 2024, un **léger recul de 3 % de la fréquentation** 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** (hébergeurs,

prestataires d'activités) 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.

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



Accueil et information lors d'événements

La multitude d'événements et de séminaires 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.

- > **WHOOP UCI Mountain Bike World Series**, du 21 au 23 juin 2024: gestion des points d'info et de vente des billets
- > **Omega European Masters**, du 5 au 8 septembre 2024: stand d'accueil et d'information devant notre bureau de Crans
- > **Migros Hiking Sounds**, 22 septembre 2024: stand d'accueil et d'information sur le parcours
- > **Séminaire de l'Association suisse des managers en tourisme**, du 5 au 7 novembre 2024: assistance dans l'organisation
- > **Séminaire du réseau européen ACEPT** (colloque de 9 Universités européennes en Tourisme), 19 novembre 2024: gestion de l'organisation, accueil et accompagnement des participants.



Information de la clientèle et des partenaires

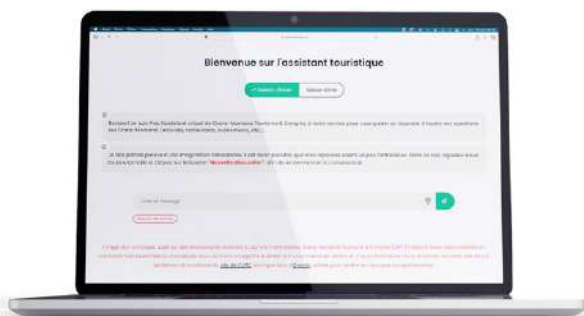
En 2024, l'information touristique a été largement diffusée grâce à une **combinaison de supports imprimés et digitaux**, mis à disposition de la clientèle et des partenaires dans nos espaces d'accueil. Ces outils ont permis de valoriser la diversité de l'offre disponible dans la région, tout en facilitant 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 trail**, conçue sur un **fond de plan panoramique**, pour une lecture plus intuitive du terrain et une meilleure expérience utilisateur.

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

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

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 ».



Assistant touristique virtuel intelligent

En 2024, nous avons lancé un **assistant touristique virtuel** innovant, développé en interne par CMTC. Intégré directement sur notre site internet, 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.

Accessible en français, allemand, anglais et italien, l'assistant permet à nos visiteurs **d'obtenir en quelques secondes des recommandations ou des informations** sur les principales attractions, les activités, les restaurants ou encore les événements en cours ou à venir. Il représente une solution moderne et efficace, **disponible 24h/24**, sans temps d'attente.

Ce système évolutif **s'améliore constamment** au fil des interactions avec les utilisateurs et de l'analyse des données recueillies, garantissant ainsi des réponses de plus en plus pertinentes. Depuis son lancement, **3'085 conversations** ont été enregistrées, témoignant d'un réel intérêt et d'une adoption rapide de la part de notre clientèle.

L'assistant virtuel vient compléter nos outils d'information traditionnels. **Il ne remplace en aucun cas le contact avec notre clientèle**, mais constitue un **soutien précieux** pour renforcer la qualité de notre accueil et faciliter l'accès à l'information en tout temps.



Poursuite du partenariat avec Mammüt

Depuis 2021, **Mammüt est le fournisseur officiel de CMTC**. Marque suisse emblématique spécialisée dans les vêtements et équipements de sports outdoor, Mammüt 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 contact direct avec la clientèle ou représentant CMTC porte des tenues Mammüt, ce qui renforce **l'identité visuelle de la destination** et sa cohérence dans les points de contact avec les visiteurs.

Par ailleurs, **une ligne 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.

Ce **partenariat stratégique, récemment prolongé jusqu'à fin 2025** avec une option possible jusqu'en 2027, 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 2024, l'équipe a été particulièrement sollicitée par cette activité : **4'641 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.

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.

Dans nos guichets, nous procédons au **chargement des cartes Crans-Montana Prepaid**, un moyen de paiement pratique pour régler ses achats dans 262 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 au printemps 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.

À l'heure actuelle, **45 destinations touristiques, dont Crans-Montana**, font partie du Destination Lab 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 2024, **deux rencontres** (ERFA-Meetings) ont eu lieu. Nendaz Tourisme a organisé le premier échange d'expériences, consacré à la **gamification**. Durant deux jours, les participants ont exploré différentes possibilités d'application de la gamification dans le tourisme et ont développé leurs propres jeux et idées de produits gamifiés, dans le cadre des ateliers pratiques.

La destination d'Arbon en Thurgovie a accueilli les professionnels du tourisme pour le deuxième événement, placé sous le thème de la **mobilité**.

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 **118 itinéraires estivaux** et **36 hivernaux**, également publiés sur www.outdooractive.com, qui bénéficie d'une **visibilité internationale** avec plus de **50 millions de visiteurs uniques** et **13 millions de profils enregistrés** sur son site internet et son application.

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





© Sedrik Nemeth

Candidature de Lens au programme « Best Tourism Villages » de l'ONU Tourisme

En 2024, la commune de Lens a posé sa candidature au prestigieux programme « **Best Tourism Villages** », une initiative portée par l'**Organisation mondiale du tourisme (ONU Tourisme)**. Cette démarche a été lancée au début de l'année par Crans-Montana Tourisme & Congrès, en collaboration avec la commune de Lens et le Service de la promotion économique de l'Association des communes de Crans-Montana (ACCM).

Le label « Best Tourism Villages » est attribué aux villages qui se distinguent par un tourisme durable, respectueux de la culture et des traditions locales, qui valorise la diversité, favorise le développement et protège la biodiversité. Pour cette quatrième édition, six villages suisses, dont Lens, ont été retenus comme **candidats officiels** par un **jury national** composé de représentants du **Secrétariat d'État à l'économie (SECO)**, de la **Fédération suisse du tourisme (FST)** et de **Suisse Tourisme**.

La préparation du dossier de candidature a nécessité un important travail de coordination entre les différents partenaires. Il a permis de mettre en évidence la **richesse des infrastructures, des services et des mesures d'accompagnement** en faveur du bien-être des habitants comme des visiteurs de Lens.

Si le titre 2024 de « Best Tourism Villages » a été attribué aux villages suisses de **Romoos** et **Splügen**, **Lens** a quant à elle été **sélectionnée pour participer au programme de mise à niveau**, destiné aux villages dotés d'un grand potentiel d'excellence.

Au-delà de la reconnaissance symbolique, les villages labellisés bénéficient d'une **visibilité internationale accrue** grâce à des **campagnes médiatiques** coordonnées par ONU Tourisme. Ce rayonnement contribue à renforcer leur attractivité touristique et leur positionnement stratégique sur la scène internationale.

Avec **Andermatt**, **Gruyères**, **Morcote**, **Morat**, **Saas-Fee**, **Saint-Ursanne** et **Val Poschiavo**, déjà distingués lors des éditions précédentes, la Suisse compte désormais **neuf sites** reconnus comme meilleurs villages touristiques du monde.



Application ludique pour mieux connaître Crans-Montana

Face aux difficultés de recrutement dans le secteur touristique, la création d'une **culture d'entreprise positive** et la **valorisation des collaborateurs** sont essentielles. Pour les fidéliser, il est aussi crucial de renforcer leur **connaissance de la destination**, afin qu'ils en deviennent de véritables **ambassadeurs**.

C'est dans cet esprit qu'a été lancée une application ludique sous forme de **quiz questions-réponses sur smartphone** en cours de développement en collaboration avec l'École des Roches. Présenté sous forme d'un jeu de cartes attractif, l'outil, qui sera dédié aux employés des entreprises touristiques, leur permettra d'en **apprendre davantage sur la région** (activités, événements, culture locale) **tout en s'amusant**.

Ce projet innovant, soutenu à **60 % par le programme Innotour (SECO)**, est porté par Verbier Tourisme, Crans-Montana Tourisme & Congrès, l'ACCM et le pôle Innovation Spark de l'École des Roches. Un bel exemple de **collaboration interdestination** et un potentiel de **reproduction pour d'autres stations en Suisse**.



365

jours d'ouverture
de nos guichets
d'information

62 912

clients accueillis

13 841

appels téléphoniques
reçus

Indicateurs de performance Accueil & Information

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024
Fréquentation espace d'accueil de Crans	14 949	14 057	12 729	-9%
Fréquentation espace d'accueil de Montana	50 173	50 932	50 183	-1%
Fréquentation des espaces d'accueil total	65 122	64 989	62 912	-3%
Fréquentation journalière moyenne				
Crans en haute saison	59	52	51	-2%
Crans en basse saison	17	18	16	-11%
Montana en haute saison	181	175	177	+1%
Montana en basse saison	81	91	89	-2%
Chiffre d'affaire des ventes réalisées dans les espaces d'accueil	45 534 ⁽¹⁾	37 054	43 588	+18%
Réclamations écrites concernant la destination	91	81	81	0%
Appels téléphoniques reçus	14 122	14 569	13 841	-5%

⁽¹⁾ Chiffre d'affaire 2022 calculé sur 14 mois.

Marketing & Communication



L'équipe marketing de CMTC est en charge de la **communication** et de la **promotion** de la destination. Elle mène à bien des campagnes de publicité, produit des supports (papiers comme digitaux) pour l'information des clients, des partenaires et des médias, met en valeur de la région (au travers de films, photos, etc.), mais aussi développe et améliore chaque année de nouveaux outils. Un grand nombre de projets sont ainsi conduits. Voici quelques exemples de réalisations :

Nouvelle application mobile

Outils du quotidien, les applications mobiles représentent un **vecteur privilégié** pour communiquer avec nos hôtes, promouvoir la destination et les informer **en temps réel** sur les activités de Crans-Montana.

Depuis décembre 2024, une nouvelle application Crans-Montana Tourisme a été lancée. **Plus ergonomique, facile à utiliser et avec un design revu**, elle permet de communiquer efficacement. Entièrement développé en interne et inspirée du site internet, elle sera un outil majeur de notre marketing durant les prochaines années et de nouvelles fonctionnalités seront ajoutées régulièrement.

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.





Nouvelle brochure de destination

Fin 2024, une nouvelle brochure de présentation de la destination a été éditée. **Disponible en 4 langues** (FR, EN, DE et IT), comme tous nos supports, elle compte 56 pages et offre un **descriptif complet de Crans-Montana**.


Avec de nombreuses photos, un panorama avec le nom des sommets, des citations, quelques chiffres et éléments clés, mais aussi des liens directs vers le site internet, cette publication se destine à la promotion de Crans-Montana comme à l'information des clients. Un nouvel outil à distribuer le plus largement possible !

Blick Winter Awards

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 à Zürich le 16 février 2024. Crans-Montana a brillé en remportant le titre de **meilleure station de ski de Suisse romande**. Ce prix vient récompenser le travail de tous les partenaires touristiques et l'ensemble des initiatives mises en place pour garantir des vacances inoubliables à chacun.

Crans-Montana a conquis le cœur des **62'000 votants** et cette distinction confirme le statut de destination de choix pour ceux qui cherchent à vivre l'hiver suisse dans toute sa splendeur.

La récompense était accompagnée d'un chèque de **CHF 85'000.-** de valeur publicitaire dans les médias du groupe Ringier, un montant qui a permis de **renforcer la promotion** de Crans-Montana sur le marché suisse.



Relations publiques et médias

La conquête de nouveaux clients à Crans-Montana passe par une **présence forte** et une **image positive** dans les médias. De nombreux efforts sont déployés dans ce domaine pour augmenter la visibilité de notre destination, notamment en **Suisse allemande**, région qui dispose d'un **potentiel de croissance** important.

Positionnement de la destination, image de marque, dynamisme, projets d'avenir, variété de l'offre, accessibilité en transport public, panorama, activités pour les familles ou possibilité d'accueil pour les groupes et les congrès font par exemple partie des messages distillés auprès de médias. Pour cela, de nombreux canaux sont à notre disposition :

- > **Invitations de journalistes** pour des séjours de presse
- > Envois réguliers de **communiqués de presse** lorsque l'actualité s'y prête
- > Organisation de **conférences de presse**
- > **Mailings** bimensuels pour suggérer des sujets aux journalistes
- > **Press kit** digital pour apporter du contenu et tenir informés les médias en temps réel
- > **Dossiers de presse** imprimés pour les grands événements
- > **Médiathèque** pour permettre aux journalistes d'illustrer leurs articles
- > Des **ambassadeurs** qui relaient nos messages dans les médias
- > Une **agence partenaire**, qui soutient nos efforts en relations publics, à Zürich, principal centre médiatique de Suisse

Et comme rien ne remplace le contact direct, un **point presse annuel** a été organisé **à Zürich** en décembre avec la présence de Jean-Daniel Clivaz (Président de CMT), Bruno Huggler (directeur de CMT), Didier Défago (CEO des Championnats du monde FIS de ski alpin Crans-Montana 2027) et Pete Petrovski (Managing Director des Remontées Mécaniques Crans Montana Aminona (CMA) SA). À cette occasion, les intervenants ont présenté aux médias le développement hôtelier, l'offre en matière de gastronomie, la stratégie « 4 saisons », la qualité de la vie à Crans-Montana et son dynamisme économique, l'agritourisme, la durabilité et bien entendu l'arrivée de Vail Resorts à la tête des remontées mécaniques, ainsi que l'organisation des Audi FIS Coupe du monde et des Championnats du monde FIS de ski alpin.

REVUE DE PRESSE

Retrouvez ici les meilleures publications générées par les activités médias de Crans-Montana Tourisme & Congrès.

Du

à

Provenance

Langue

RECHERCHE



Un rêve au sommet

Gala
22-02-2024



L'irresistibile feeling tra le campionesse azzurre e Crans Montana

doveciatore
19-02-2024



Agenda Viaggi

Crans Montana, il lusso abbordabile

Agenda Viaggi
19-02-2024



Sport

Der Sehnsuchtsort der Skination

Luzerner Zeitung
17-02-2024



Découvrez la revue de presse complète

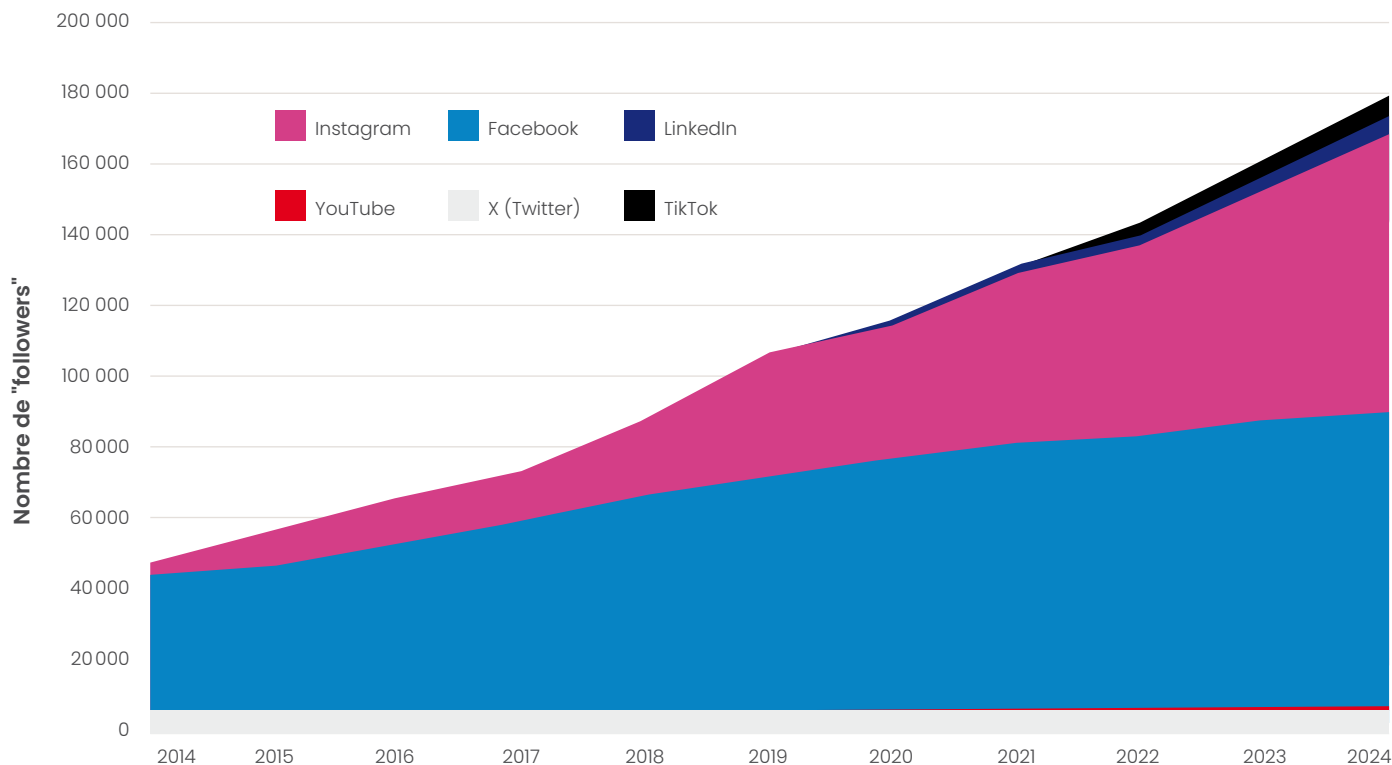
Présence digitale

Outre l'application mobile (voir ci-dessus), la présence digitale développée et alimentée par CTMC est très large :

- > Un **site internet** www.crans-montana.ch, disponible en **4 langues** et qui comprend environ **50'000 pages**, dont près de 300 activités, un peu moins de 1'500 partenaires, un shop avec plusieurs dizaines de propositions chaque saison, un blog avec des articles et infos pratiques en continu toute l'année, etc. Il a été visité plus de **2'260'000 fois** en 2024 et les internautes y passent en moyenne **1 minute et 30 secondes**.
- > **3 sites dérivés** du site principal: www.chemin-des-lanternes.ch, www.mtbworldseries-cransmontana.ch et www.am-stram-gram.ch qui assurent la communication et la promotion d'événements d'importance et qui reçoivent également des milliers de visites.
- > **6 réseaux sociaux** (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok et YouTube) alimentés régulièrement, voire quotidiennement avec des contenus originaux et adaptés. La croissance forte et régulière de notre communauté (**180'000 followers** au total à fin 2024) récompense l'excellent travail de notre équipe et permet de mettre en valeur les nombreux atouts de Crans-Montana auprès d'un large public.
- > Des **campagnes de publicité** saisonnières diffusées dans de nombreux médias digitaux, dont notamment Google et les réseaux sociaux, qui nous donnent l'opportunité de cibler précisément notre public en fonction de sa région et de ses intérêts.



Communauté de Crans-Montana sur les réseaux sociaux












Mais encore...

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

- > **Des mailings et newsletters**, pour rester en contact avec nos visiteurs, les inspirer et les inciter à planifier leur prochain séjour à Crans-Montana. Grâce à notre eCRM, nous développons des envois hebdomadaires, mensuels et saisonniers ciblés.
- > Des **articles de blog**, pour inspirer les visiteurs de notre site internet et les conseiller sur leur futur séjour à Crans-Montana. 36 articles ont ainsi été publiés en 2024.
- > 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.
- > Les **documents imprimés**, qui demeurent des outils d'information importants. Plus de 30 cartes, brochures ou flyers sont édités chaque année et mis à disposition gratuitement dans nos bureaux d'accueil et dans les commerces partenaires. 2024 a vu la poursuite de la standardisation de nos documents avec des formats et une mise en page unifiés ainsi qu'un nouveau papier.
- > 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 Araft (golf), Luca Aerni (ski alpin), Pat Burgener (snowboard freestyle) et Aurélien Coubès (ski freestyle) pour leur fidélité.
- > Des **influenceurs/euses** sur les réseaux sociaux, qui, grâce à des séjours ou des partenariats, assurent la promotion de la destination à leurs importantes communautés de « followers ».
- > 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

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024
Réseaux sociaux				
Facebook: nombre de fans	76 391	80 572	82 872	+2,9% 
X (Twitter): nombre de followers	6 378	6 440	6 328	-1,7% 
LinkedIn: nombre d'abonnés	3 137	4 408	5 293	+20,0% 
Instagram: nombre d'abonnés	53 554	64 213	77 985	+21,5% 
TikTok: nombre d'abonnés	3 419	4 695	5 538	+18,0% 
Vidéos: nombre de minutes visionnées sur YouTube et Facebook	83 502 ⁽¹⁾	242 700	85 500 ⁽¹⁾	-64,8% 
Internet				
Site internet: pages vues	5 327 940	5 064 941	4 942 649	-2,4% 
Site internet: nouveaux utilisateurs	1 049 400	1 185 768	1 077 999	-9,0% 
Site internet: sessions	1 982 828	2 366 626	2 260 004	-4,5% 

⁽¹⁾ Pas de campagne de promotion sur ce canal en 2022 et 2024

Indicateurs de performance Marketing & Communication – Suite

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024	
Marketing direct ⁽¹⁾					
E-CRM: clients gérés	295 538	333 408	348 833	4.6%	↑
Abonnés à la newsletter ⁽²⁾	69 973	66 966	66 531	-0.6%	↓
Newsletters envoyées	12	12	12	-	→
Newsletters – ouvertures uniques	30%	33%	31,0%	-5.5%	↓
Newsletters – clics	5%	5%	4,7%	-5.0%	↓
Mailings thématiques envoyés	11	4	3	-25.0%	↓
Mailings thématiques – ouvertures uniques	38%	36%	35,4%	-2.1%	↓
Mailings thématiques – clics	12%	11%	9,3%	-17.8%	↓
Carte postale hebdo. – abonnés	1 856	2 112	2 281	8.0%	↓
Carte postale hebdo. – ouvertures uniques	68%	66%	64,9%	-1.3%	↑
Carte postale hebdo. – clics	17%	16%	15,5%	-1.8%	↓
Relations publiques					
Communiqués de presse	22	16	18	+12.5 %	↑
Articles dans la presse suisse	1 380	1 922	2 118	+10.2%	↑
Nombre de médias suisses venus en voyage de presse	5	3	4	+33.3%	↑
Nombre de séjours d'influenceurs/euses suisse	13	14	13	-7.1%	↓
Print					
Brochures imprimées (flyers famille, plan des pistes, cartes bike ou randonnées, calendrier des événements, flyers pour nos événements, brochure destination, brochure « saveurs & terroir », etc.)	227 065	206 250	236 824	+14.8%	↑

⁽¹⁾ 2025 verra l'arrivée du nouvelle politique pour renforcer l'impact de notre marketing direct:

- Lancement de campagnes pour récolter de nouveaux abonnés
- Refonte de la structure des newsletters
- Revue du rythme d'envoi des mailings
- Travail sur le profilage des abonnés pour leur envoyer du contenu correspondant encore plus à leurs intérêts

⁽²⁾ la liste des abonnés à la newsletter est automatiquement mise à jour pour supprimer les adresses invalides

Vente, Marchés & Réservations

Notre mission

La mission de CMTC sur les différents marchés est:

> **Renforcer la notoriété de Crans-Montana auprès des journalistes, des voyageurs et des clients finaux**

> **Susciter l'envie de passer des vacances 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 commercialisation groupe

Un des objectifs de l'équipe de ventes de CMTC est d'investir dans le marché du tourisme d'affaires (MICE) pour attirer une clientèle lors des périodes creuses, afin de mieux répartir les activités et assurer une stabilité tout au long de l'année. Ce segment de clientèle représente une opportunité de revenus supplémentaires en plus du tourisme de loisir.

Nos objectifs

- > Renforcer la notoriété de Crans-Montana comme destination MICE
- > Générer de l'activité tout au long de l'année grâce aux séjours de groupes
- > Créer des affaires sur les périodes qui sont les moins demandées
- > Augmenter le taux d'occupation de nos partenaires sur les quatre saisons
- > Apporter une valeur économique viable pour les entreprises, les partenaires et la destination

La stratégie

CMTC bénéficie d'une base MICE solide, depuis 2015, grâce aux nombreux et réguliers événements B2B et networking ainsi que les sales calls auxquels l'équipe de ventes participe. Cela a permis de créer une base de données avec des contacts qualitatifs avec qui une étroite collaboration a été mise en place. À cela s'ajoutent les outils de communication spécifiques tels que le site internet, les mailings et les campagnes digitales qui renforcent la position MICE de la destination.

CMTC souhaite construire une identité MICE forte et propre à la destination. La priorité est mise sur les éléments suivants:

- > Remplir les périodes creuses avec des groupes
- > Générer des nouveaux contacts

Afin d'augmenter le chiffre d'affaires MICE et les demandes de groupes, CMTC recherche proactivement des opportunités qui correspondent aux besoins de la destination. Le point de départ de la proactivité étant de bien se connaître soi-même « qui on est » et de savoir « qui on veut cibler ».

Pour cela, il est primordial d'identifier les profils de groupes adéquats qui correspondent aux infrastructures existantes dans la destination. L'objectif étant de réunir le bon client avec le bon produit.

Il faut atteindre: **Right Person, Right Time, Right Place** – cette citation est considérée comme un principe fondamental du marketing et CRM (Customer Relationship Management)



Pour favoriser une prospection efficace, il est essentiel que l'équipe commerciale de CMTC puisse disposer en amont d'informations clés telles que les conditions, les disponibilités et les périodes à privilégier. Une communication fluide et régulière avec les partenaires, permettant de mieux comprendre les besoins et objectifs, contribuera à orienter les actions de manière plus ciblée et à renforcer leur impact.



Dans la pratique, les préférences des décideurs ainsi que les contraintes de temps et de budget dominent souvent. Le trajet jusqu'en montagne reste également un facteur critique. La distance est souvent évoquée sur le marché suisse-allemand et surtout par les clients internationaux pour qui la longue durée du voyage vers les Alpes reste un obstacle.

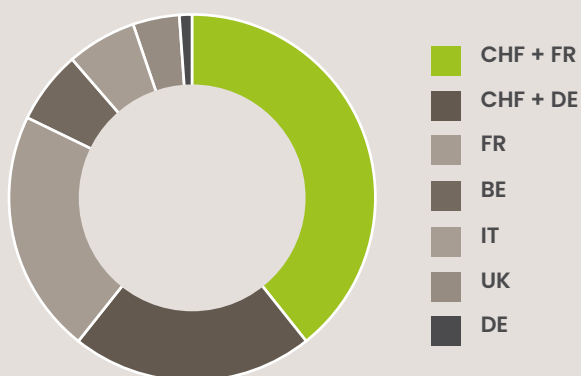
Selon notre expérience, voici ce que les clients groupes recherchent :

- > Des conditions pour les groupes
- > Facilité d'accès aux informations
- > Centralisation et simplification du processus de planification
- > Rapidité et réactivité pour les délais de réponses, dans l'idéal dans les 24h
- > Programme sur mesure
- > Flexibilité pour les conditions de réservation
- > Des infrastructures et un service de qualité
- > Possibilité de travailler avec des commissionnements
- > Importance de pouvoir donner un feedback
- > Des prix avec commission pour les agences événementielles

Les principales raisons d'annulation des demandes de groupes :

- > Autre destination retenue (le marché est très concurrentiel)
- > Budget
- > Pas de retour de client

Provenance des groupes 2024



Le plus grand nombre de demandes de groupes provient de la suisse romande qui représente presque le double de la suisse allemande. La suisse allemande est un marché à fort potentiel, qu'il faut encore travailler. La Suisse est suivie de près par la France. La proactivité est particulièrement appliquée à ces trois marchés.

Les tendances

(selon l'article «MICE Nachhaltig, sicher, innovativ – bei uns tagt die Welt» du journal htr hotelrevue de l'édition du 20 février 2025 et selon le rapport Global Meetings & Events Forecast 2024 publié par American Express Global Business Travel (Amex GBT))

L'univers MICE évolue rapidement – le secteur devient une plateforme de test pour l'innovation

La technologie

L'industrie MICE est au carrefour de la technologie et de l'interaction.

L'utilisation de l'intelligence artificielle permet la personnalisation des contenus, l'automatisation des processus (réservations, gestion de flux etc.) et l'analyse de données en temps réels.

Pour leurs événements, les entreprises veulent un processus simplifié et pouvoir tout réserver en ligne. Il est donc important d'automatiser les processus de réservation: les systèmes CRM ou les logiciels de devis automatisés augmentent l'efficacité et réduisent les erreurs. La technologie est un outil important pour améliorer l'expérience des participants et l'efficacité organisationnelle des événements.

La durabilité

Le développement durable n'est plus un «nice to have», c'est une obligation, les clients veulent des réunions «vertes». Il faut créer des événements respectueux de l'environnement (renoncer au plastique à usage unique, éviter le gaspillage alimentaire, proposer des plats régionaux et de saison, favoriser des circuits courts et collaborer avec des producteurs locaux, avoir des navettes électriques et des infrastructures aux normes environnementales en sont des exemples). Une stratégie de durabilité débouche sur des économies à long terme et améliore le bilan environnemental. Dans le cadre de l'initiative «Swisstainable», le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) ambitionne que **75 % de ses partenaires et lieux d'événements obtiennent un label de durabilité d'ici fin 2025. Il est donc très important de communiquer à ce sujet et de mettre en valeur les actions durables qui sont déjà entreprises dans la destination.**

Le bien-être

La combinaison d'activités de plein air et de séminaires professionnels séduit de plus en plus. L'air pur, le calme et la nature vierge sont des critères déterminants. Les entreprises accordent de l'importance au bien-être de leurs employés et intègrent des séances de relaxation, de méditation ou des pauses actives dans leurs programmes. Les destinations alpines offrent de l'authenticité et une nature inspirante que les villes ne peuvent pas offrir. Pour les destinations de montagne telle que Crans-Montana, cela consiste une opportunité.

Le rapport d'Amex GBT pour 2024 souligne une industrie MICE en pleine croissance, marquée par un retour aux événements en présentiel, une adoption accrue de la technologie et un engagement renforcé envers la durabilité = mettre ce passage en tant que phrase de conclusion des tendances.



L'offre à Crans-Montana

Grâce à son Centre de Congrès Le Régent, mais aussi les nombreux hôtels disposant de salles de réunions, Crans-Montana dispose d'atouts indéniables et se forge une belle réputation pour organiser des événements d'entreprises ou des sorties de groupes. L'office de tourisme est d'ailleurs le partenaire privilégié à cet effet, car il est en contact avec tous les prestataires de la destination et peut conseiller au mieux les organisateurs. Hébergement, restauration, activités connexes, transports, les suggestions seront faites en concordance avec les besoins des organisateurs. Les clients bénéficient ainsi de l'expertise des collaborateurs de l'office de tourisme.

- > Centre de Congrès Le Régent avec 18 salles
- > 19 hôtels avec au total 36 salles de séminaires
- > 10 salles de séminaires en-dehors des propositions hôtelières
- > 30 hôtels avec 1150 chambres
- > 70 restaurants en station, 21 en altitude et 16 dans les villages
- > Plus de 30 activités « groupes » variées proposées par nos partenaires professionnels
- > Une dizaine de bars où prolonger la soirée



City ski challenge 2024. Marché UK

Module Groupe

Le Module Groupe renforcé pour une gestion complète et professionnelle des groupes loisirs et d'affaires

Le Module Groupe de Crans-Montana Tourisme & Congrès, longtemps utilisé pour le traitement des seules demandes d'hébergement, a fait l'objet en 2024 d'un développement conséquent. Ce travail de fond, réalisé en collaboration avec Tourist Data Shop, sur notre système de réservation TOMAS, a permis de transformer l'outil en une véritable plateforme de gestion d'appels d'offres multi-prestations, adaptée aux demandes loisirs comme MICE. Ce travail a été fait sur mesure pour CMTC.

L'optimisation de cet outil s'inscrit dans une approche qui est travaillée quotidiennement à Crans-Montana: pouvoir répondre de manière efficace et rapide lorsque nous avons identifié et capté l'attention du bon client, au bon endroit, au bon moment. Cela permet de maximiser l'impact de chaque action.

L'outil permet de

- > Centraliser, automatiser et structurer l'ensemble du processus.
- > Traiter des demandes incluant hébergement, séminaires, congrès, restauration, activités, transports.
- > Créer des dossiers d'offres complets, multi-prestataires, envoyés rapidement et de manière professionnelle.
- > Automatiser les relances, standardiser les délais et faire le suivi en temps réel des offres reçues.
- > Trois types de demandes différentes: groupes fermés, événements à réservation individuelle, groupes orientés hébergements collectifs (avec lien de réservation unique).

Soumettre offre pour Hôtel Valaisia, (Crans-Montana), MH130

Demande

Nombre semaines: 10m semaines | Type évènement: EVN61 | Séminaire Crans-Montana Tourisme & Congrès | Evén. Pasquini

Localisation: Valais / Evén. / PDD

Offre prescriteur

Souhait du client

Dans le cadre de l'organisation d'un séminaire de la société Crans-Montana Tourisme & Congrès, nous vous sollicitons pour un appel d'offre, selon les besoins suivants:

Le groupe ne peut pas être divisé:

1x2 Chambre 2 lits - Occupation par unité 2 - Total: 20 PAX

Nombre	Type de chambre	Prix par chambre/nuit	Montant
<input type="checkbox"/>	Chambre Double		
<input type="checkbox"/>	Chambre Double Mountain View		
<input type="checkbox"/>	Chambre Simple		
<input type="checkbox"/>	Chambre Simple Mountain View		
<input type="checkbox"/>	Mezz Triple		
<input type="checkbox"/>	Mezz Triple Mountain View		
<input type="checkbox"/>	Family Room		
<input type="checkbox"/>	Family Room Mountain View		
<input type="checkbox"/>	Family Suite		

1x1 Chambre 2 lits - Occupation par unité 2 - Total: 20 PAX

Nombre	Type de chambre	Prix par chambre/nuit	Montant
<input type="checkbox"/>	Chambre Double		
<input type="checkbox"/>	Chambre Double Mountain View		
<input type="checkbox"/>	Chambre Simple		
<input type="checkbox"/>	Chambre Simple Mountain View		



CRANS-MONTANA
Tourisme & Congrès

VOTRE OFFRE
CRANS-MONTANA TOURISME & CONGRÈS

Crans-Montana Tourisme & Congrès
Évan Pasquini
Route des Arènes 4
3903 Crans-Montana
Suisse

Crans-Montana, 22.05.2025

OFFRE EVY63 Séminaire Crans-Montana Tourisme & Congrès

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous transmettre une proposition détaillée correspondant aux besoins que vous nous avez énoncés. Vous trouverez aux pages suivantes les offres de nos prestataires de la région de Crans-Montana. Détails récapitulatifs de la demande :

Offre pour : Séminaire Crans-Montana Tourisme & Congrès
Date: 03.03.2025 - 04.03.2025
Participants : 35
Personne de contact : Évan Pasquini

La date d'expiration de votre offre a été fixée au 13.05.2025 en accord avec nos partenaires. Nous vous remercions de nous faire part de votre décision dans les délais impartis. Si besoin, nous restons volontiers ouverts à toute prolongation en cas d'indisponibilité de votre part.

En vous remerciant d'avance pour votre réponse et restant à votre disposition pour tout besoin complémentaire, nous vous adressons, Monsieur, nos salutations les meilleures.

Crans-Montana Tourisme & Congrès
Évan Pasquini

Crans-Montana Tourisme & Congrès | Route des Arènes 4 | +41 27 485 04 40 | groupe@crans-montana.ch | www.crans-montana.ch

HEBERGEMENTS

Hôtel Valaisia ★★★★★



Adresse: Hôtel Valaisia | Route de Vermola 10-11 | 3903 Crans-Montana

140 m de pistes skiables, des services de proximité en restaurants, chemins de randonnée et de VTT, à quelques minutes des merveilles géologiques et de nos meilleurs spots de la région: Evén. Crans-Montana vous accueille. Chaque de nos espaces est conçu avec le plus grand soin et toutes nos chambres sont équipées de lits doubles, de lit de 16 autres lits et d'une Smart TV. Répondez nous quant au formulaire avec le sourire, entre la brasserie, dans le Bar Club ou en été, notre terrasse d'été. Nous avons de quoi offrir vos papilles. Réservez vous dans notre piscine intérieure avec jets de massage, ou offrez vous une fête dans la piscine extérieure. Soins, hammam et salle de relaxation sont également accessibles, ainsi qu'une sélection de soins.

OFFRE HÉBERGEMENT

03.03.2025 - 04.03.2025 - 2 Chambre simple - 2 Personnes	Prix chambre/nuit	Total
2x Chambre Double	CHF 500.00	CHF 1000.00
03.03.2025 - 04.03.2025 - 15 Chambre à 2 lits - 30 Personnes	Prix chambre/nuit	Total
15x Chambre Double Mountain View	CHF 250.00	CHF 3750.00
4x Mezzanine	CHF	CHF
SOUS-TOTAL		CHF 4750.00

OFFRE SALLE DE CONFÉRENCE

03.03.2025, 08:00 - 18:00	1x Salle de conférence "City View"	CHF 0.00	CHF 0.00
SOUS-TOTAL		CHF 0.00	CHF 0.00

OFFRE FORNIT. SEMINAIRE

03.03.2025, 08:00 - 18:00	25 x Forêt séminaire	CHF 75.00	CHF 1937.50
SOUS-TOTAL		CHF 75.00	CHF 1937.50
Total			CHF 6722.50

Crans-Montana Tourisme & Congrès | Route des Arènes 4 | +41 27 485 04 40 | groupe@crans-montana.ch | www.crans-montana.ch

CMTC, un rôle de facilitateur unique en Suisse

Dans un paysage où peu de destinations prennent en charge l'organisation de séjours de groupes de manière aussi structurée, CMTC se distingue par son rôle de facilitateur complet, reconnu et salué par les agences et entreprises partenaires comme un véritable atout différenciateur.

À Crans-Montana, CMTC accompagne les clients de manière proactive et neutre, depuis les premières phases de prospection jusqu'à la concrétisation complète du séjour. Notre équipe assure un suivi détaillé à chaque étape: analyse des besoins, coordination avec les prestataires, élaboration d'offres multi-services, soutien logistique et accompagnement à la réservation.

En tant que facilitateur indépendant, sans perception de commission, CMTC agit dans une logique d'intérêt général, visant à optimiser l'occupation en basse et moyenne saison, tant pour le tourisme d'affaires que de loisirs.

Ce positionnement exige une connaissance approfondie et actualisée de l'offre locale, et une capacité à naviguer avec clarté entre hébergements, lieux de séminaires, restauration, activités, transports et services spécifiques. Notre neutralité est un gage de confiance: nous orientons le client objectivement, sans jamais privilégier un prestataire au détriment d'un autre.

Ce modèle de coordination, rare en Suisse et peu répandu à l'international, renforce la réputation de Crans-Montana comme destination de référence pour les groupes et le MICE. Les résultats annuels et le taux de conversion des demandes en réservations en témoignent, atteignant des niveaux comparables aux standards des plus grands groupes hôteliers spécialisés dans ce segment.



CHF 1 394 015

Retombées économiques

156

Dossiers traités

58

Confirmations

37%

Taux de conversion

La commercialisation par les intermédiaires B2B



Chaque marché présente des spécificités qui nécessitent une approche adaptée. Lorsqu'ils voyagent à l'étranger, de nombreux clients choisissent de recourir aux services d'agences de voyage. Ce choix résulte souvent du désir d'éviter la complexité de l'organisation du déplacement et du séjour, ou encore du besoin de gagner du temps. Ce réflexe est particulièrement prononcé chez la génération Z, qui valorise la simplicité et la rapidité dans l'organisation de ses voyages. Selon une étude de *Phocuswright*, 46% des jeunes voyageurs préfèrent encore passer par des agences ou des plateformes spécialisées pour organiser des voyages complexes, plutôt que de se fier uniquement aux outils de réservation en ligne.

Les plateformes de réservation en ligne offrent aux clients la possibilité de sélectionner les services souhaités en quelques clics. Cependant, pour les voyages dans des destinations lointaines où un itinéraire personnalisé est nécessaire, les agences de voyage traditionnelles restent une solution rassurante et pratique, en particulier pour les clients recherchant des conseils avisés et un service sur mesure.

Le rôle des agences et des tour-opérateurs

Dans le cadre de nos activités sur les marchés lointains (Amérique du Nord, pays du Golfe (GCC) et Brésil), nous nous appuyons sur un réseau solide de distributeurs. Chaque marché possède ses acteurs majeurs, en l'occurrence des tour-opérateurs, qui distribuent leurs services et produits à des agences localisées de manière stratégique. En Amérique du Nord, par exemple, les réseaux d'agences de voyage indépendantes exercent une influence considérable, avec près de 60% des réservations de voyages à forfait qui transitent par ces canaux selon une étude menée par *Travel Weekly*.

Notre priorité consiste donc à établir des partenariats solides avec les tour-opérateurs locaux et à promouvoir la destination Crans-Montana auprès des agences de voyage partenaires, afin de faciliter la vente de nos services auprès des clients finaux. Cette approche nous permet de mieux comprendre les attentes spécifiques de chaque marché et d'adapter nos stratégies de communication pour maximiser notre impact.

Quelques grands opérateurs

Marchés	Amérique du Nord	GCC	Brésil
Tours opérateurs	<ul style="list-style-type: none"> Ski.com Alpine Adventures Ski USA Ski CAN Frosch Tauck Black Tomato Abercrombie and Kent Quintessentially travel Butterfield & Robinson 	<ul style="list-style-type: none"> STTC SEERA ITL world Kanoo Regency Darwish Al Rais travel Al Tayar Omeir Dnata 	<ul style="list-style-type: none"> Travel The World (TTW) Teresa Perez CT Operadora Primetour Inti Experience Plantel Matueté Sete Mares
Réseaux d'agences	<ul style="list-style-type: none"> Travel Leaders network Virtuoso Ensemble travel Group Signature Embark & beyond Internova Flight center Travel Fora 	<ul style="list-style-type: none"> Pas de réseaux. Le marchés est très éclaté. 	<ul style="list-style-type: none"> Kamimundo Au Brésil les grands TO proposent aux agences locales d'être des agences affiliées exclusives.

L'utilisation d'agence de voyages en ligne (OTA) se généralise

Les OTA représentent aujourd'hui près de 40 % des réservations d'hébergement (*Phocuswright, 2024*), et leur rôle s'est largement élargi: elles proposent désormais vols, transferts, locations, activités et spectacles. Selon *Statista*, elles concentrent 58 % des réservations globales de produits touristiques



Des plateformes comme **Booking.com**, **Expedia**, **Airbnb**, **C-trip**, **Skyscanner**, **Rome2Rio**, **Ticketmaster**, **Ticketcorner** et **Eventime** sont devenues incontournables. En 2023, plus de 75 % des voyageurs internationaux ont utilisé une OTA pour organiser leur séjour (*Euromonitor*). Elles influencent aussi les choix de destinations: 79 % des voyageurs déclarent que les avis clients ont un impact important sur leurs décisions (*TripAdvisor*). Des sites comme **GetYourGuide**, **Viator**, **Klook**, **Tiqets**, **Musement**, et **Swissactivities** participent activement à cette influence en mettant en avant les activités locales d'une destination.



L'importance de la Réservation en ligne de destination

À l'ère numérique, proposer une réservation en ligne simple est indispensable: 63 % des voyageurs réservent leur hébergement en ligne et 59 % leurs activités (*Phocuswright*). Les prestataires doivent s'équiper de solutions comme **Treksoft**, **Regiondo** ou **Tomas Activities** pour rester compétitifs. 70 % des clients préfèrent réserver leurs activités avant le départ (*Skyscanner*), et 85 % favorise ces plateformes car elles permettent de voir les disponibilités et les prix instantanément (*McKinsey*). La fluidité et l'intuitivité de l'expérience utilisateur sont essentielles au succès des plateformes de réservation.

Un shop en ligne sur le site de la destination

Si 71 % des voyageurs souhaitent réserver tous leurs services sur une seule plateforme (*Phocuswright*), un shop intégré au site de destination prend tout son sens. Il permet de centraliser l'offre, d'améliorer la conversion et la satisfaction client. Selon *Expedia*, cela peut augmenter de 20 % les réservations en ligne, tout en renforçant la fidélité grâce à une expérience fluide et de confiance.

La commission comme levier de performance commerciale

Dans un marché fortement intermédié, la commission représente un outil stratégique pour activer et dynamiser les canaux de distribution. Une politique de commission claire et compétitive permet de renforcer l'engagement des partenaires – agences de voyages, OTA, plateformes de réservation – et d'assurer une meilleure visibilité des offres touristiques. Toujours, selon *Phocuswright*, une offre bien commissionnée peut générer jusqu'à 30 % de conversions supplémentaires sur les plateformes en ligne. En valorisant équitablement le rôle des distributeurs, la commission contribue à accélérer la commercialisation, à capter de nouveaux marchés et, in fine, à augmenter le volume d'affaires de la destination.



«Le Benchmarking: Le Secret des Hôteliers Performants» Dans un marché toujours plus concurrentiel, disposer d'une vision claire de ses performances est un vrai atout. L'utilisation d'outils de benchmarking permet aux hôtels d'optimiser leur rentabilité en comparant leurs performances (RevPAR, taux d'occupation, prix moyen) à celles de leur marché. Les établissements qui exploitent ces données ajustent plus efficacement leur stratégie tarifaire et améliorent significativement leurs indicateurs de performance. Une étude récente publiée sur **HospitalityNet** «*Operational Benchmarking: A Roadmap to Profit Intelligence in Hospitality*», confirme que le benchmarking financier aide à identifier les leviers d'efficacité et à mieux piloter les actions commerciales. Nous recommandons à nos partenaires de s'abonner à STR, déjà utilisé à Crans-Montana.

Lex Booking et hôtellerie de montagne: entre indépendance retrouvée et transition digitale

L'étude menée par le Prof. Roland Schegg (HES-SO Valais-Wallis) analyse les effets de la *Lex Booking* sur l'hôtellerie suisse, en mettant en lumière les enjeux liés à la distribution, notamment pour les petits hôtels indépendants en régions alpines.

Ces établissements, qui représentent une part importante du tissu hôtelier suisse, conservent une part élevée de réservations directes (jusqu'à 65 %), grâce à une clientèle fidèle et une relation de proximité. Leur dépendance aux OTA reste modérée, contrairement aux grands hôtels urbains. Cette indépendance constitue un atout, mais elle est fragilisée par des défis structurels, notamment l'accès limité aux outils numériques: 21 % des hôtels utilisent encore des processus manuels et 19 % ne disposent pas de moteur de réservation en ligne (IBE).

Malgré la liberté tarifaire apportée par la *Lex Booking*, les OTA conservent une influence importante. Certains petits hôtels rapportent des problèmes de conditions d'annulation imposées, ou d'offres opaques qui brouillent leur stratégie tarifaire.

L'étude souligne l'importance pour ces établissements de renforcer leurs outils digitaux, de promouvoir la vente directe et de garder un contrôle sur leur distribution, afin de préserver leur autonomie commerciale.

La commercialisation directe

Shop Crans-Montana: Vente directe sur le site internet de la destination

Le «Shop Crans-Montana» en ligne n'est pas seulement un outil de réservation, mais un espace idéal pour découvrir et réserver facilement diverses activités et expériences à Crans-Montana. Que ce soit pour des aventures en montagne, des moments de détente ou des expériences uniques, notre plateforme permet de planifier chaque aspect du séjour. En constante évolution, elle accueille toujours d'avantages de partenaires locaux, offrant ainsi une large variété d'options pour personnaliser son séjour en toute simplicité.

En 2024, le Shop a connu un bel essor, générant un chiffre d'affaires de **CHF 283 515.-** grâce à **2 745 activités réservées avec nos partenaires**. Un résultat qui témoigne de l'attractivité croissante de la destination et de la confiance accordée à notre plateforme.

> Vers le Shop Crans-Montana: www.crans-montana.ch/shop

En 2024 c'est aussi:

- > 51 activités outdoor
- > 29 activités famille
- > 26 activités bien-être
- > 22 événements et manifestations culturelles
- > 5 activités gastronomiques



Et ce n'est pas tout: le «Shop Crans-Montana» facilite aussi la réservation d'hébergements avec une grande simplicité. Directement intégré sur notre site, il bénéficie d'une visibilité optimale et d'une interface fluide et intuitive, pensée pour offrir une expérience utilisateur rapide et agréable. En quelques clics, les visiteurs peuvent consulter en temps réel les disponibilités de tous nos hôtels, agences de location et bed and breakfasts. Grâce à un processus de réservation simplifié, chacun peut trouver l'hébergement parfaitement adapté à ses besoins, qu'il s'agisse d'un séjour en famille, d'une escapade en amoureux ou d'un voyage entre amis. Avec une offre variée et complète, nous garantissons à chaque client un séjour sur-mesure.



Le chiffre d'affaires hébergement généré en 2024 est de CHF 1 122 413.-

Up-selling / Cross-selling

Avec le soutien de ses partenaires d'hébergement, la destination invite le client à découvrir le Shop Crans-Montana avant son séjour et l'encourage à profiter des diverses activités proposées sur le Shop. Cela permet au client de préparer son séjour en découvrant et en réservant à l'avance des activités attrayantes, tout en renforçant l'excitation et l'anticipation de son expérience à venir.

La destination s'appuie également sur ses partenaires pour encourager leurs clients pendant leur séjour, à découvrir et réserver les activités proposées sur le Shop Crans-Montana afin d'enrichir leur expérience et de profiter pleinement des activités locales. Pour faciliter cette démarche, la destination met à disposition de ses partenaires un module de réservation simple et rapide, leur permettant de réserver en quelques clics des activités pour leurs clients.



Module de réservation partenaires

L'impact du cross-selling d'activités sur les revenus hôteliers

Une analyse menée par la plateforme de réservation *Bookinglayer* en janvier 2025 et conçue spécialement pour les entreprises du tourisme a révélé que les hôtels proposant des activités en plus de l'hébergement génèrent des revenus supplémentaires significatifs. Les statistiques suivantes illustrent cette tendance :

- > **Préférence des voyageurs :** En 2024, 30 % des voyageurs en Suisse ont déclaré qu'il était important d'inclure un maximum d'activités dans leurs vacances.
- > **Dépenses accrues :** Les voyageurs réservant des activités à l'avance dépensent en moyenne 47% de plus en hébergement que ceux réservant sur place.
- > **Recherche d'expériences :** Les recherches pour des expériences sont trois fois plus nombreuses que celles pour des hôtels dans les 12 semaines précédant un voyage.
- > **Réservation anticipée :** En 2024, 56% des voyageurs ont déclaré rechercher et réserver des activités avant leur voyage, dont 25% qui ont confirmé leurs réservations au moins quatre semaines à l'avance.

Une opportunité pour nos partenaires !

Vous avez une passion que vous aimeriez partager ? Nous vous offrons l'opportunité de la faire découvrir aux touristes et aux habitants de la région ! Rejoignez notre réseau de partenaires et devenez guide ou animateur local. Partagez ce qui vous fait vibrer, vivez de belles rencontres et contribuez à enrichir l'offre d'expériences proposées à Crans-Montana. Une manière idéale de vivre pleinement votre passion tout en générant un revenu complémentaire !

Contactez notre Responsable de Commerce Digital pour obtenir plus d'informations

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



Indicateurs de performance du Shop Crans-Montana en 2024

	CA total	CA hébergements	Nuitées	CA activités	Nbre réservations	CA par le congrès
PROGRESSION	+7%	+2%	-18%	+26%	+63%	+13%
2024	1 450 282	1 122 413	6 161	283 515	2 745	44 155
2023	1 359 724	1 109 860	7 476	211 148	1 029	38 716

L'inspiration par les Médias

Notre cible

Gérée par 4 responsables de marchés notre stratégie médias à l'international s'adapte aux spécificités de chaque marché prioritaire, en tenant compte des attentes des voyageurs et des réalités du paysage médiatique local. En collaborant avec des agences spécialisées et en travaillant en synergie avec Suisse Tourisme, nous optimisons notre visibilité à travers des contenus inspirants et ciblés.



Conférence de presse à Milan, au sommet de la Torre Branca. 25 journalistes ayant participé.

Italie

Le média traditionnel reste important, bien que fragilisé par la fermeture de plusieurs titres spécialisés en 2024 (groupe Cairo Editore). En collaboration avec notre agence à Milan, nous assurons une présence régulière sur des supports variés (presse, TV, digital). Les thématiques «slow tourisme», montagne estivale et courts séjours actifs sont au cœur des attentes.

Source: Cairo Communication, 2024.

Benelux

Le marché valorise le contenu de qualité et la relation de confiance. Une collaboration ponctuelle avec une agence basée à Bruxelles, combinée à un suivi direct des rédactions, nous permet de maintenir une visibilité stable.

Royaume-Uni

Grâce à notre agence à Londres, nous positionnons Crans-Montana dans des médias influents autour des thématiques clés: ski, bien-être, culture alpine et gastronomie. Le marché reste réactif malgré un contexte économique incertain.

France

Un marché exigeant, sans agence dédiée. En nous appuyant ponctuellement sur Suisse Tourisme et via notre présence sur des salons spécialisés, nous obtenons des retombées dans les grands médias nationaux malgré la complexité du tissu médiatique.

Allemagne

Un marché structuré et attentif aux formats riches. Notre agence locale nous permet de cibler les bons relais autour de la nature, du bien-être et de la mobilité douce.



Visite de presse internationale sur la thématique du VTT. Marchés concernés: Benelux, France, Italie, UK, Allemagne et Suisse alémanique

États-Unis

Fonctionnant majoritairement en « earned media », ce marché exige des contenus émotionnels et différenciants. Avec Best of the Alps, nous valorisons des expériences premium autour de la montagne, du luxe discret et de l'outdoor.

Sources: U.S. Travel Association, Tourmag.

Moyen-Orient (GCC)

La stratégie se concentre sur l'influence digitale et les campagnes haut de gamme, en lien avec le calendrier culturel. La collaboration avec Suisse Tourisme permet de cibler efficacement des profils sensibles à l'exclusivité et à l'image.

Sources: UNWTO, Suisse Tourisme GCC.

Brésil

Marché en pleine reprise, marqué par le poids des influenceurs et des médias digitaux. Avec Suisse Tourisme, nous touchons des créateurs capables de transmettre les valeurs de Crans-Montana à une clientèle haut de gamme attirée par nature, culture et art de vivre européen.

Brazil is the 3rd largest social media consumer in the world.



Total Minutos (MM)



The Influence of Influencers

Share of respondents in selected countries who have bought products because celebrities or influencers advertised them



2,000-10,000 respondents (18-64 y/o) per country, surveyed Nov. 2017-May 2019/Jul. 2022-Jun. 2023
Source: Statista Consumer Insights



source Statista



Journaliste américain en interview de Didier Défago au sujet de CM2027

Le contenu

La production de contenu est développée en étroite collaboration avec le département Marketing. Celui-ci définit les messages clés et les axes de communication de la destination, tandis que le département Ventes & Marchés apporte une expertise précieuse sur les attentes et les spécificités des différents marchés étrangers. Cette complémentarité permet de construire un discours à la fois cohérent sur le plan global et pertinent au niveau local.

Chaque contenu est ajusté en fonction du profil des médias, des habitudes culturelles et des thématiques porteuses sur les marchés ciblés. Cette adaptation est essentielle: un même sujet peut être traité de manière très différente en Allemagne, au Royaume-Uni ou en Italie, selon les attentes rédactionnelles.

Une fois validés, ces contenus sont déployés à travers plusieurs canaux: communiqués de presse, actualités pour les médias, conférences de presse, visites de rédactions ou encore séjours de presse sur le terrain. L'objectif est d'inspirer, tout en facilitant le travail des journalistes et créateurs de contenu, afin d'assurer une visibilité optimale de Crans-Montana dans les médias internationaux.

Les séjours de presse: leur importance, leur fonctionnement et le rôle des partenaires locaux

Les séjours de presse sont un pilier de la stratégie de notoriété de Crans-Montana à l'international. Ils permettent aux journalistes et créateurs de contenu de découvrir la destination de manière authentique, de vivre ses spécificités et de les retranscrire avec justesse auprès de leur public. Individuels ou en groupe, ces séjours offrent un contact direct avec le territoire, sa diversité et son atmosphère.

Le département Ventes & Marchés est en charge de la conception de ces séjours, en étroite coordination avec les partenaires locaux. Chaque programme est pensé en fonction des attentes du média invité, des priorités stratégiques et des particularités du marché ciblé. L'objectif est de proposer un contenu pertinent, cohérent, et différenciant.

Le rôle des partenaires locaux est essentiel. Ces séjours ne relèvent pas d'une logique commerciale classique: les médias ne sont pas en vacances, mais en immersion professionnelle. Le partenaire est invité à accueillir l'invité comme un relais d'image, et non comme un client. Il s'agit de présenter son offre avec authenticité, en mettant en avant ce que l'on souhaite voir relayé. Cette posture permet de renforcer la qualité des retombées tout en valorisant directement les acteurs impliqués.



1. Page de couverture du magazine.
2. L'envers du décor, durant la visite.
3. Contenu de l'article

Best Practice

En janvier 2024, nous avons accueilli une journaliste et un photographe du magazine italien DOVE, média référence du voyage en Italie. Pendant trois jours, ils ont découvert la destination à travers un programme riche, incluant rencontres avec hébergeurs, restaurateurs, artisans, prestataires d'activités et acteurs locaux.

Le résultat a été à la hauteur: un reportage de 13 pages publié dans l'édition papier (en vente dans les kiosques durant 2 mois), en amont de la saison hivernale 2024-25, et relayé en ligne sur viaggi.corriere.it. Le site de DOVE atteint 754 000 visiteurs uniques mensuels, et le magazine compte 376 000 lecteurs, offrant à Crans-Montana une visibilité forte et qualitative sur le marché italien.

Ce succès éditorial illustre l'impact concret d'une collaboration étroite entre CMTC et les partenaires locaux, qui se sont investis pleinement pour transmettre l'âme de la destination à travers leur accueil et leur savoir-faire.

Les influenceurs : le journaliste 2.0

Les influenceurs, créateurs de contenu et blogueurs spécialisés font aujourd’hui partie intégrante de notre stratégie de communication. En complément des médias traditionnels, ils permettent de toucher des audiences ciblées avec un ton plus personnel, immersif et engageant.

Comment les sélectionner : outils et critères

Chaque collaboration est réfléchiée en fonction du marché, de la thématique et du public visé. Nous utilisons des outils d’analyse pour évaluer les profils selon des critères clairs : qualité du contenu visuel et narratif, cohérence éditoriale, taux d’engagement réel, affinité avec la destination, langue, marché et audience.

La sélection ne se fait pas sur la base du volume d’abonnés, mais sur la pertinence du message. Sur certains marchés comme le **Benelux**, les **micro-influenceurs** sont particulièrement efficaces, notamment dans les niches voyage sportifs, outdoor ou slow tourisme. D’autres marchés, comme le **GCC** ou le **Brésil**, appellent des profils haut-de-gamme avec un univers très soigné et une forte autorité perçue.

Comment calculer le retour sur investissement ?

L’évaluation d’une campagne d’influence repose sur plusieurs indicateurs : la portée des publications, le taux d’engagement, la qualité des interactions, le trafic redirigé vers nos plateformes, ou encore la reprise éventuelle dans d’autres médias.

Mais au-delà des chiffres immédiats, nous mesurons aussi l’impact à moyen terme : positionnement de la destination, visibilité dans les moteurs de recherche, réutilisation du contenu sur nos supports ou par nos partenaires, et notoriété renforcée sur le marché.

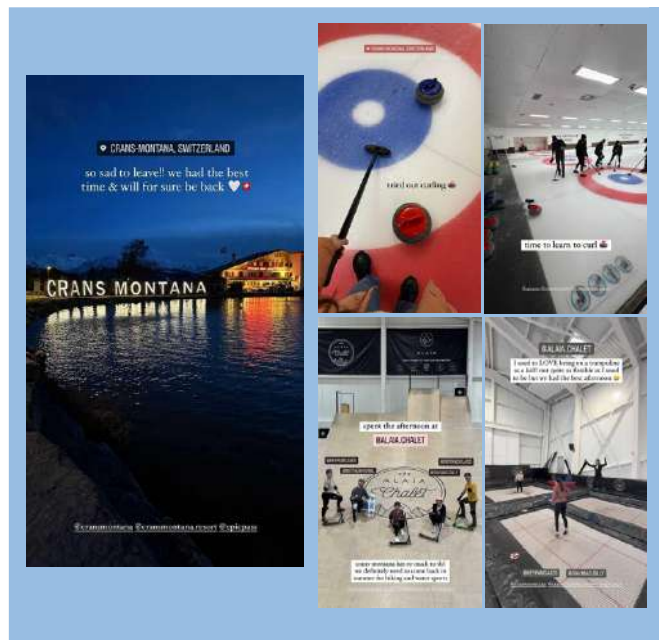
Best Practice – Marché US

Au printemps 2024, CMTC a organisé un séjour d’influence en collaboration avec Vail Resorts, nouvel actionnaire du domaine skiable. Cette opération ciblée sur le marché nord-américain, visait à positionner Crans-Montana comme LA nouvelle destination hivernale incontournable au sein de l’univers Epic Pass.

Trois créateurs de contenu majeurs ont participé au voyage : **@reneeroaming**, **@the_adventureaddicts** et **@dirtandglass**, totalisant plusieurs millions de followers à eux trois. Chacun a produit du contenu dédié sur Instagram et TikTok, valorisant le ski, les activités, l’après-ski, la gastronomie et l’hébergement.

Les résultats ont largement dépassé les attentes : **77 contenus publiés, 1,04 million d’impressions organiques, 50’000 engagements, 4,9 % de taux d’engagement moyen, et 98 % de sentiment positif.**

Certains contenus sont toujours disponibles en **highlight stories** sur leurs profils, prolongeant la visibilité de la destination. Cette opération illustre la puissance d’une stratégie bien ciblée, en partenariat avec un acteur clé du marché, et portée par des influenceurs alignés avec l’image de Crans-Montana.



La Regent International School et Les Roches : des alliés stratégiques pour le rayonnement de Crans-Montana



Nous le savons bien pour rester attractifs toute l'année, une station de montagne ne peut plus se reposer uniquement sur la neige et les remontées mécaniques. C'est dans cette logique de diversification et de montée en gamme que des établissements comme La **Regent International School** et Les Roches jouent un rôle déterminant.

Du point de vue des acteurs touristiques, ces deux institutions sont de véritables leviers de dynamisation économique et de notoriété. Elles attirent à l'année une population internationale, cultivée, mobile et à fort pouvoir d'achat. Familles expatriées, étudiants en hôtellerie de luxe, visiteurs et recruteurs internationaux : autant de profils qui consomment, logent, investissent et parlent de Crans-Montana bien au-delà des frontières helvétiques.











Le tourisme local en bénéficie directement. Hôtels, restaurants, commerces, activités sportives ou culturelles : les retombées sont concrètes, régulières et qualitatives. De nombreux professionnels constatent une hausse des réservations en dehors des pics saisonniers, une fidélisation de la clientèle et une valorisation globale de l'image de la station.

Mais l'impact va bien au-delà du périmètre local. Les élèves comme leurs familles deviennent de véritables ambassadeurs de Crans-Montana dans leur pays d'origine. Par leurs réseaux personnels et professionnels, leurs recommandations ou même leurs publications sur les réseaux sociaux, ils participent à diffuser une image haut de gamme, exclusive et authentique de la station. Ce bouche-à-oreille premium contribue à positionner Crans-Montana comme une destination de choix auprès d'une clientèle internationale exigeante, en quête de lieux d'exception.

Pour les acteurs du tourisme, ces deux établissements ne sont pas de simples écoles. Ce sont des partenaires à part entière, qui contribuent activement à construire un nouveau récit pour Crans-Montana : celui d'une destination alpine tournée vers l'avenir, cosmopolite, vivante et durable.



Indicateurs de performance Ventes & Réservations

	2022	2023	2024	Écart 2023/2024
Contacts ventes avec tours opérateurs	254	275	434	+58% 
Chiffre d'affaires Centrale Réservations (en CHF)	2 100 694	1 359 724	1 450 282	+7% 
Chiffre d'affaires réservations activités (en CHF)	139 326	195 843	283 515	+45% 
Nombre d'activités réservées sur le shop	1 655	1551	2745	+77% 
Nombre d'offres groupe / séminaire / teambuilding	203	188	156	-17% 
Conversions offres réservations	31%	35%	37%	+6% 
Pourcentage de conversions offres réservations	800 000	1 310 000	1 394 015	+6% 
Nombre de contacts avec les médias internationaux	156	202	154	-24% 
Nombre de visites de presse (médias internationaux)	52	81	67	-17% 
Nombre de publications (médias internationaux)	127	146	127	-13% 

Centre de Congrès Le Régent *CCLR*



Édito de la direction

L'année 2024 marque une étape importante pour le Centre de Congrès Le Régent (CCLR), tant par l'ampleur des projets entrepris que par la richesse et la diversité des événements accueillis. Plus qu'un simple lieu d'accueil, le CCLR affirme sa vocation de catalyseur économique, culturel et social pour l'ensemble de Crans-Montana.

Grâce à l'engagement de nos équipes, au soutien de nos partenaires institutionnels et privés, et à la confiance renouvelée de nombreux organisateurs, le CCLR a su démontrer sa capacité d'adaptation, d'innovation et de résilience dans un environnement en constante évolution. Les investissements réalisés en 2024 posent les bases solides d'un centre moderne, sûr et performant, en phase avec les exigences du secteur MICE et les attentes de nos publics.

Avec plus de 20 000 participants accueillis sur près de 150 jours d'événements, le CCLR confirme son rôle stratégique dans le développement d'un tourisme d'affaires durable et à forte valeur ajoutée. En conjuguant professionnalisme, hospitalité et excellence opérationnelle, nous contribuons activement à la dynamique territoriale de Crans-Montana.

Nous abordons l'année 2025 avec enthousiasme, portés par une ambition claire : continuer à faire du CCLR une référence dans l'organisation d'événements, au service de notre région et de ses acteurs.

Le CCLR et l'importance du MICE

Le Centre de Congrès Le Régent (CCLR) occupe une place centrale dans l'écosystème touristique et économique de Crans-Montana. En tant qu'infrastructure phare dédiée au secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), il participe activement à la diversification de l'offre touristique, en attirant un public professionnel tout au long de l'année.

Le tourisme d'affaires, par ses retombées directes et indirectes sur l'hébergement, la restauration et les commerces locaux, constitue un levier stratégique pour la région. Le CCLR s'impose ainsi comme un acteur incontournable de la dynamique territoriale, notamment en contribuant à la désaisonnalisation de l'activité économique.

Infrastructures et travaux réalisés en 2024

L'année 2024 a été marquée par d'importants investissements en faveur de la qualité et de la sécurité des installations. Les travaux engagés ont notamment porté sur la mise en conformité avec les normes incendie et de sécurité, ainsi que sur le renforcement de l'étanchéité du bâtiment.

Malgré ces investissements, le bâtiment reste confronté à plusieurs défis techniques. Il est impératif que ces points soient traités rapidement, afin de garantir un fonctionnement fluide et efficace du site.

Par ailleurs, les charges d'exploitation, et en particulier le coût de l'électricité, connaissent une hausse significative. Cette évolution nous oblige à revoir notre politique tarifaire: une révision de la grille des prix de location est actuellement en cours.

Enfin, le projet du parking souterrain de 150 places, dont l'ouverture est prévue pour 2027, constitue une avancée stratégique qui bénéficiera à l'ensemble de la destination ainsi qu'au CCLR.

Événements récurrents : Le CCLR accueille chaque année plusieurs manifestations majeures, devenues des rendez-vous emblématiques à Crans-Montana :

PharmaMontana

Congrès annuel organisé sur trois jours depuis 2019, réunissant environ 250 professionnels du secteur pharmaceutique.



Crans-Montana Classics

Les concerts du Nouvel An et du 2 janvier sont désormais des incontournables du calendrier culturel local.

Quadrimed

Congrès médical d'envergure organisé par les cliniques de Crans-Montana, attirant plus de 1200 participants et 103 exposants.



Le Régent International School

Cérémonies de remise de diplômes, Summer & Winter Shows, autant d'événements festifs valorisant la vie académique.

Les Roches Global Hospitality Education

L'une des plus grandes écoles hôtelières du monde célèbre ses cérémonies de remise de diplômes au Centre Sportif, un événement qui rassemble parents et sponsors de plus de 80 nationalités. Chaque cérémonie accueille environ 800 personnes pour cet instant festif.

Nouveaux événements en 2024

L'attractivité croissante du CCLR s'est confirmée avec l'arrivée de plusieurs nouveaux événements significatifs, renforçant sa notoriété à l'échelle nationale et internationale :

- > **Un événement privé d'une grande marque horlogère**, organisé en septembre sur plusieurs jours, a rassemblé plus de 350 participants quotidiens.
- > **La Fête cantonale des musiques en juin**, véritable moment de convivialité et de rassemblement régional.
- > **L'assemblée des délégués de la Fédération suisse des fonctionnaires de police** (plus de 200 participants).
- > En novembre, **l'Association des managers en tourisme** a également choisi le CCLR pour son congrès annuel.
- > **L'assemblée générale de la fondation APACH**, une conférence de juristes, un dîner de gala « Golf in Fellowship of Rotary » ont eu lieu également dans nos locaux.

Autres événements marquants

En parallèle, de nombreuses autres manifestations ont enrichi le calendrier 2024 :

- > **Conférences sur l'énergie** avec la Commune de Crans-Montana
- > **Journée des thérapeutes** (physiothérapie)
- > **Assemblées générales** du Golf Club de Crans-sur-Sierre, de CMA, et de la Nuit des Neiges
- > **Concerts des fanfares** de l'Edelweiss et de l'Écho des Bois
- > **Souper de soutien** du FC Crans-Montana
- > **Concert de Noël** « Swiss Made Culture » avec Mélanie Adami et Charl du Plessis, mais également un magnifique événement avec Kevin Germanier et la fanfare la Cécilia
- > **Crans-Montana Fashion**, avec le spectacle Transplanté
- > **Concert** de coupe du monde/europe de ski



Souper de soutien du FC Crans-Montana



Dîner de gala de la Nuit des Neiges

Commercialisation et stratégie de développement

Marchés cibles

L'action de promotion se concentre sur les marchés suivants: Valais, Suisse romande, Suisse alémanique et pays limitrophes. Une veille stratégique permet d'identifier en permanence de nouveaux segments à potentiel.

Relation clients

Le CCLR s'appuie sur une excellente connaissance de ses publics cibles et l'utilisation efficace d'un CRM dédié, garantissant un suivi personnalisé et professionnel des prospects et partenaires.

Développement de l'offre

L'objectif pour les années à venir est de renforcer l'acquisition de congrès, séminaires et événements d'envergure. Par ailleurs, le développement d'événements « in-house » à partir de 2025 représente un axe stratégique fort.

Durabilité

Le CCLR poursuit l'implémentation d'un concept de durabilité évolutif, intégrant progressivement des pratiques écoresponsables dans l'ensemble de ses opérations.



Satisfaction client












La satisfaction des clients reste une priorité absolue. Une attention particulière est portée à l'accueil, à la réactivité, et à l'écoute, avec la mise en place et l'analyse d'enquêtes de satisfaction dédiées.

Fréquentation et impact local

En 2024, le Centre de Congrès Le Régent a accueilli plus de 20 900 participants répartis sur 143 journées d'événements. Cette fréquentation confirme le rôle stratégique du CCLR en tant que moteur de l'économie locale, en particulier lors des périodes creuses. Il agit comme un véritable catalyseur d'activité, stimulant la fréquentation et la consommation hors saison.

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.

	2023	2024	Écart 2023/2024
Jours d'occupation incluant montage/démontage	231	244	+6% 
Taux d'occupation incluant montage/démontage	63%	67%	+6% 
Jours de manifestations totaux	142	143	+1% 
Taux d'occupation des salles	26%	25%	-4% 
Nombre de visiteurs	13 619	20 920	+54% 
Nombre de manifestations	161	171	+6% 
Manifestations	73	90	+23% 
Autres (séances, danse, etc.)	95	91	-4% 
Chiffre d'affaires global sans subventions	683 493	688 562	+1% 
Nouveaux clients	9	7	-22% 
Nouvelles manifestations	9	7	-22% 

Ressources humaines : l'équipe

Composition au 31.12.2024

Direction



Bruno Huggler
Directeur Crans-Montana
Tourisme & Congrès

Marketing & Evénements



Grégoire Matthey
Responsable Département
Marketing & Evénements



Mathilde Emery
Assistante Marketing
& Evénements



Amélie Bernicard
Resp. Réseaux Sociaux
& Campagnes Digitales



Auréa Viant
Responsable Evénements



Chloé Gapany
Responsable Relations
Publiques & Médias



Guillaume Favre
Responsable Marque
& Design



Mélissa Clavien (Gilliand)
Responsable
Communication Digitale



Oriane Willi
Responsable Evénements



Sandra Dessimoz
Responsable de Projets
Marketing



Thierry Künzi
Responsable Informatique



Anaïs Sierro
Coordinatrice
de Contenus Digitaux



Rafael Isidro Paiva
Collaborateur
Informatique



Alexandre Spahr
Stagiaire Communication



Mathieu Schlaefli
Stagiaire Evénements

Ventes & Marchés



Pierre-Henri Mainetti
Responsable Département
Ventes & Marchés



Evan Pasquini
Responsable Marchés
Italie-France



Flavien Rappo
Responsable
Commerce Digital



Nathalie Güller
Responsable Marchés
Suisse (D) - Allemagne



Sylvie Misson
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



Inès Mounir
Auxiliaire
Accueil & Information



Luca Cambiaggio
Auxiliaire Accueil
& Information



Nicolas Meuwly
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



Rodolphe Viva
Technicien Son & Lumière
Centre de Congrès Le Régent



Vanessa Cagnazzo
Femme de ménage Centre
de Congrès Le Régent

Le comité

Composition au 31.12.2024



Jean-Daniel Clivaz
Président



Nicolas Féraud
Vice-Président et Représentant de la commune de Crans-Montana



Bernard Rey
Représentant de la commune de Lens



Olivier Duchoud
Représentant de la commune d'Icogne



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

	2023	2024	Écart 2023/2024
Taux de rotation des employés	14%	18%	+4%
Durée moyenne chez CMTC	6.66 ans	6.28 ans	-0.38 an
Moyenne d'âge	41 ans	39 ans	-2 ans
Répartition Femme	59%	57%	-2%
Répartition Homme	41%	43%	+2%
Heures de formation	780.7 heures	796,2 heures	+15,5 heures

Qualité & Durabilité



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

Au-delà d'un standard qualité pour CMTC, cette certification couronne la mise en place d'un management durable et intégré. En effet, les exigences de la norme poussent notre entreprise à améliorer les performances globales grâce à un système de management orienté client. L'approche normative 9001 et 14001 nous encourage à travailler au travers de processus qui incluent une planification précise de nos actions, une mise en œuvre des produits et services adaptés aux clients, 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.

Concrètement pour CMTC, cela représente un outil de travail avec une revue de direction en début d'année. Cette dernière a pour but d'analyser le contexte environnemental, d'analyser la satisfaction des clients et de planifier les actions et améliorations de l'année à venir. Des audits internes sont également organisés tout au long de l'année pour identifier les points d'amélioration dans nos méthodes de travail.



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 01.11.2023 au 31.10.2024⁽¹⁾

Hôtellerie	245 302	12.5%
Instituts et écoles internationales	119 091	6.1%
Groupes et cabanes	23 964	1.2%
Camping	6 781	0.3%
Maison d'hôtes	4 846	0.2%
Établissements de cure	949	0.1%
Autres (résidences secondaires, appartements, chalets, chez les résidents, etc.)	1 560 000	79.6%

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

Total 1 960 933 100%



Sexe*

Femmes	47.2%
Hommes	52.8%



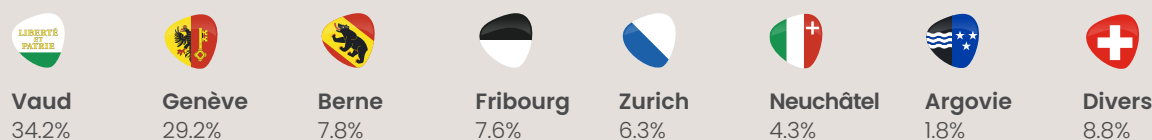
Tranche d'âge*

<20 ans	8.5%
20-39 ans	27.4%
40-64 ans	42.0%
65 ans et plus	22.1%

*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)



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 01.11.2023 au 31.10.2024

Évolution des nuitées

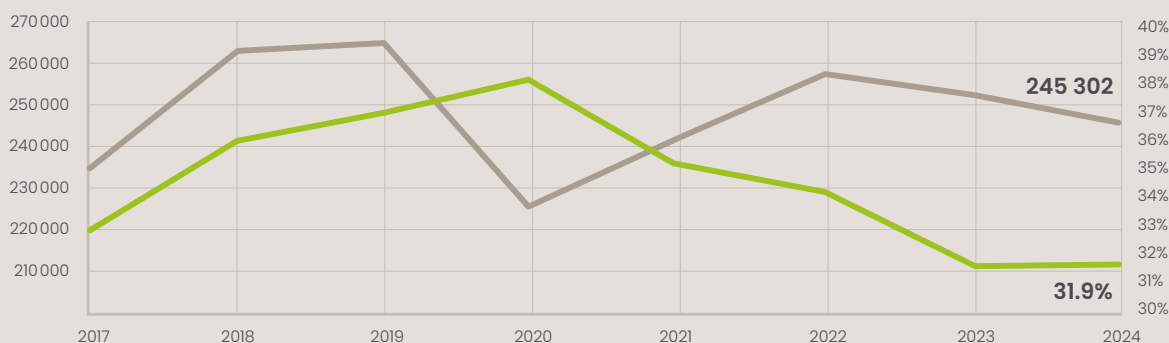
Nuitées hôtelières



-2.4% Nbre nuitées



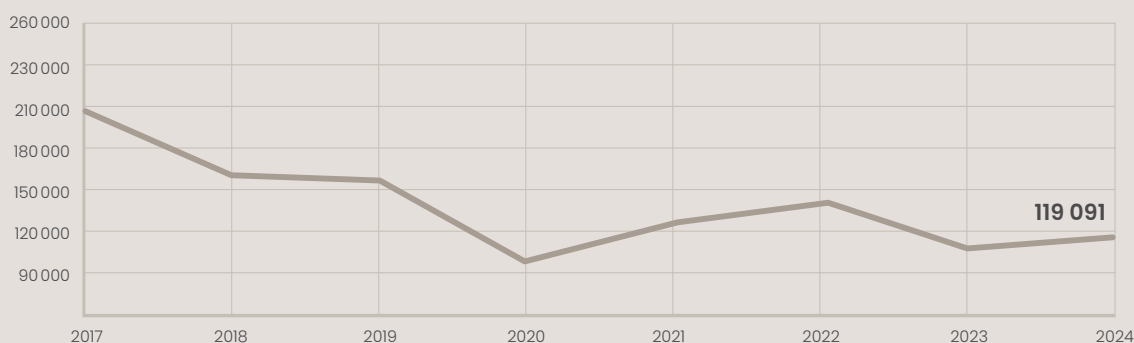
+1.9% Taux d'occupation



Instituts, Écoles internationales



+2.0% Nbre nuitées



Répartition des nuitées par type d'hébergement

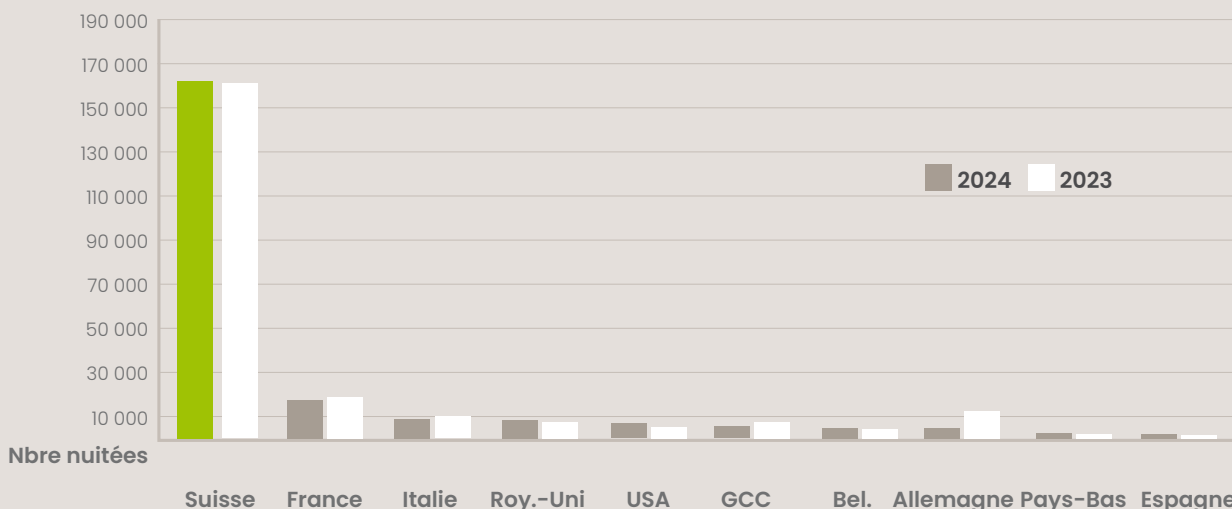
	01.11.2023 -31.10.2024	01.11.2022 -31.10.2023	Évolution	Répartition 2024
Hôtellerie	245 302	251 353	-2.4%	61.2%
Instituts Écoles internationales	119 091	116 807	2.0%	29.7%
Groupes et cabanes	23 964	22 483	6.6%	6.0%
Camping	6 781	7 478	-9.3%	1.7%
Maison d'hôtes	4 846	5 577	-13.1%	1.2%
Établissements de cure	949	1 034	-8.2%	0.2%
Total	400 933	404 732	-0.9%	100%

Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

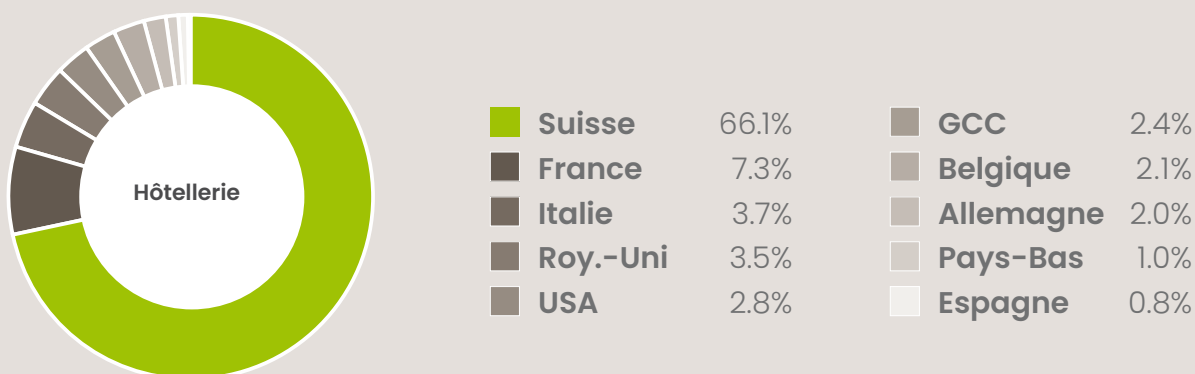
Statistiques par marché du 1.11.2023 au 31.10.2024

Hôtellerie, origine géographique des 10 premiers marchés

Comparaison 2024 vs 2023



Répartition 2024 (10 premiers marchés qui représentent le 91.7% des nuitées)

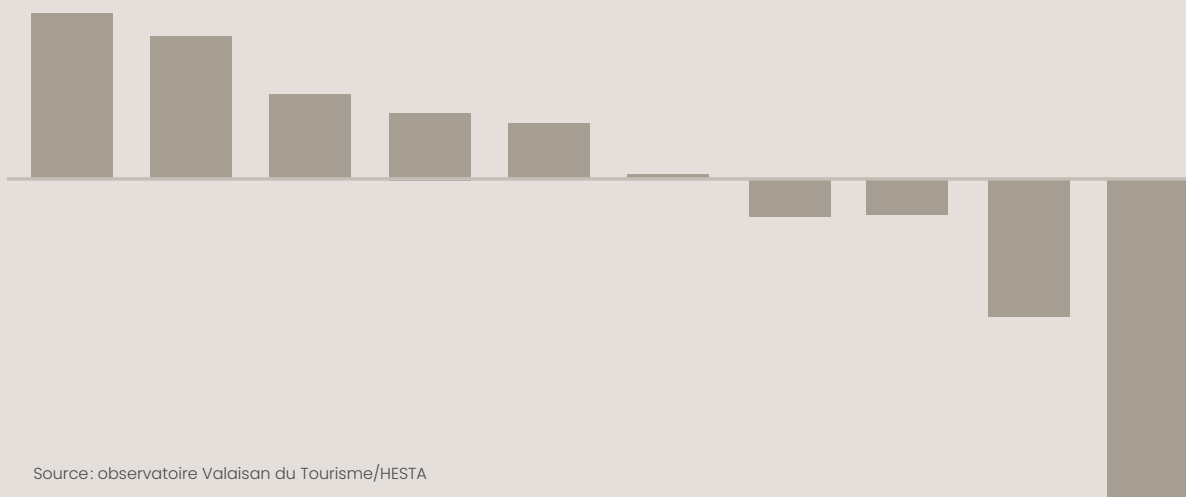


Source: observatoire Valaisan du Tourisme/HESTA

Statistiques par marché du 1.11.2023 au 31.10.2024

Hôtellerie, Variation des nuitées en % des 10 premiers marchés (comparaison 2024 vs 2023)

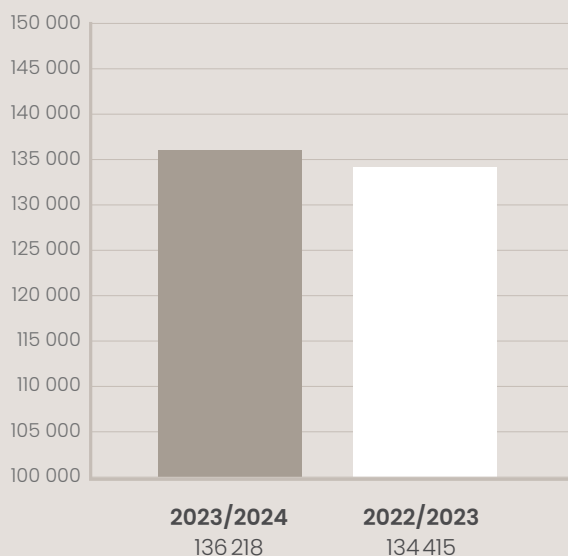
Espagne	USA	Belgique	Pays-Bas	Roy.-Uni	Suisse	Italie	France	GCC	Allemagne
32.3%	27.8%	16.7%	12.8%	10.8%	0.8%	-7.2%	-7.3%	-26.9%	-62.9%



Source: observatoire Valaisan du Tourisme/HESTA

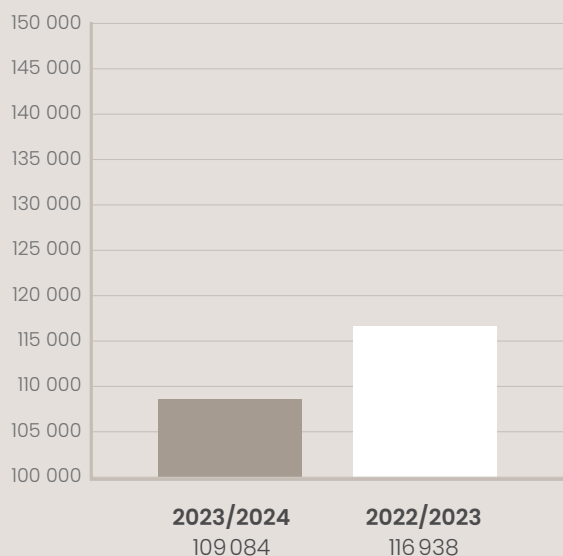
Nuitées hiver

01.11.23-30.04.24 vs 01.11.22-30.04.23 ↑ +1.3%



Nuitées été

01.05.24-31.10.24 vs 01.05.23-31.10.23 ↓ -6.7%



Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

Statistiques par catégorie

	23-24	22-23	Écart	23-24	22-23	Écart	23-24	22-23	Écart
	Établissements			Chambres			Lits		
Total Luxe*	9	10	-1	379	369	10	782	762	20
Total First Class	6	6	0	232	232	0	492	492	0
Total Confort	12	13	-1	484	529	-45	1108	1198	-90
Total économique	8	9	-1	114	159	-45	296	386	-90
Total	35	38	-3	1 209	1 289	-80	2 678	2 838	-160

*Agrandissement de l'hôtel Six Senses

Taux d'occupation lits en hôtellerie

	Hiver 23/24 Nov. - Avril	Hiver 22/23 Nov. - Avril	Écart	Été 24 Mai - Oct.	Été 23 Mai - Oct.	Écart	2023/2024 Nov. - Oct.	2022/2023 Nov. - Oct.	Écart
Nombre de nuitées	136 218	134 415	1 803	109 084	116 938	-7 854	245 302	251 353	-6 051
Nombre de jours d'ouverture	140.7	138.6	2.1	146.5	144.5	2.0	287.2	283.1	4.1
Taux d'occupation sur l'ensemble des lits effectivement disponibles	37.1%	34.2%	8.5%	27.8%	28.5%	-2.5%	31.9%	31.3%	1.9%
Taux médian d'occupation des lits	36.5%	37.9%	-3.6%	29.8%	30.2%	-1.2%	32.9%	34.8%	-5.5%



44.9%

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

Source: décomptes transmis à CMTC par les hébergeurs

AIRDNA

Plateforme d'analyse de données spécialisée dans le marché de la location courte durée.

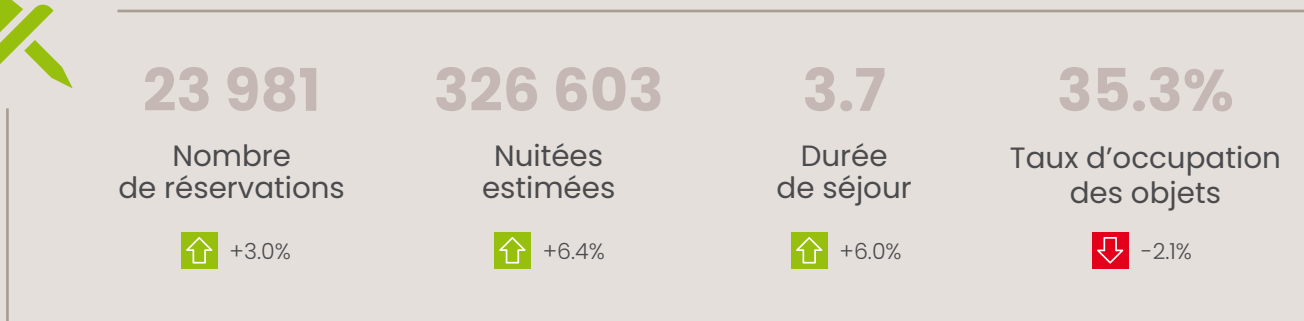
Depuis 2008, Airbnb permet de mettre en relation des voyageurs cherchant un hébergement avec des personnes désirant générer des revenus en proposant leur logement pour des courts séjours. Airbnb, leader incontesté du marché, est ici mentionné comme représentant d'autres prestataires dans ce domaine, tels que VRBO (anciennement HomeAway), etc. Ces plateformes d'inspiration et de réservation ont ouvert de nouvelles possibilités aux propriétaires de logements, leur offrant un accès facile à un marché international. De plus en plus de propriétaires bénéficient de cette opportunité.

Période du 01.01.2024 au 31.12.2024

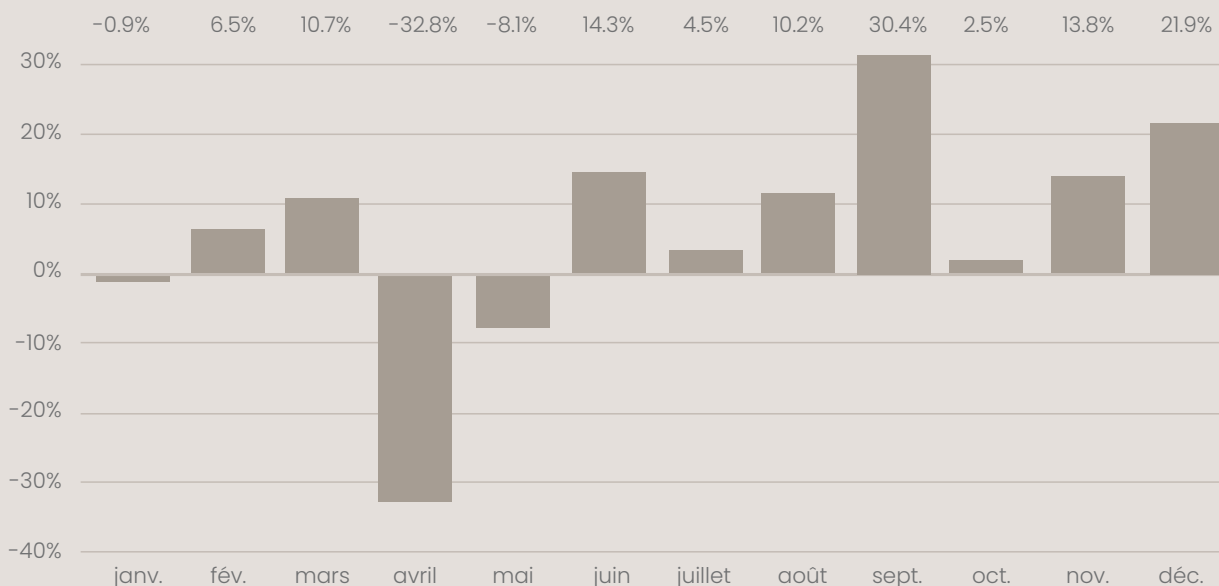
Offre sur les plateformes Airbnb et VRBO / Homeaway

Au total, 1'517 annonces ont été recensées sur les plateformes Airbnb et VRBO/HomeAway. L'offre se compose principalement de logements entiers et de chambres privées. Le prix moyen des annonces s'élève à CHF 192.00.

Demande sur les plateformes Airbnb et VRBO / Homeaway



Évolution des nuitées en comparaison à l'année précédente



Finances

Bilan Crans-Montana Tourisme & Congrès au 31.12.2024

Actif	Notes	Bilan au 31.12.2024		Bilan au 31.12.2023		Écart
		CHF	%	CHF	%	CHF
Actifs circulants		3 449 469	89.3%	4 040 351	89.9%	-590 882
Liquidité	6	1 177 564	34.1%	1 947 370	48.2%	-769 806
Caisse		49 241	4.2%	50 356	2.6%	-1 115
Banques		1 110 758	94.3%	1 875 274	96.3%	-764 516
Poste		17 565	1.5%	21 740	1.1%	-4 175
Créances à court terme envers des tiers		2 271 905	65.9%	2 092 980	51.8%	178 925
Créance provenant des taxes de séjour		258 336	11.4%	204 534	9.8%	53 802
Créance provenant de la taxe de promotion touristique		1 683 706	74.1%	1 421 611	67.9%	262 095
Créances provenant de la centrale de réservation		25 819	1.1%	27 417	1.3%	-1 598
./ Provision pour pertes sur créances		-20 458	-0.9%	-21 710	-1.0%	1 251
Créances diverses		125 014	5.5%	200 212	9.6%	-75 197
Actifs de régularisation		199 489	8.8%	260 916	12.5%	-61 428
Actifs immobilisés		415 062	10.7%	452 378	10.1%	-37 316
Immobilisations financières	2	1 002	0.2%	1 002	0.2%	0
Participations diverses		1 002	100.0%	1 002	100.0%	0
Immobilisation corporelles meubles	3	17 594	4.2%	23 627	5.2%	-6 033
Véhicule de service		3	0.0%	3	0.0%	0
Maison du Tourisme (agencement, mobilier et machine)		17 587	100.0%	23 620	100.0%	-6 033
Mobilier, machine, équipement, terrain solde pour mémoire		4	0.0%	4	0.0%	0
Immobilisation corporelles immeubles	3	396 466	95.5%	427 749	94.6%	-31 283
Maison du tourisme		396 466	100.0%	427 749	100.0%	-31 283
Total Actif		3 864 531	100.0%	4 492 729	100.0%	-628 197
Passif						
Fonds étrangers		2 474 020	64.0%	3 100 528	69.0%	626 508
Dettes à court terme						
Résultant d'achat et de prestations de services		1 803 008	72.9%	2 384 804	76.9%	-581 796
Dettes ACCM		518 576	28.8%	562 677	23.6%	-44 101
Dettes diverses résultant d'achats et de prestations de services		785 236	43.6%	1 362 378	57.1%	-577 142
Dettes envers des institutions de prévoyance	7	396	0.0%	925	0.0%	-530
Passif de régularisation		498 801	27.7%	458 824	19.2%	39 976
Dettes bancaires à long et moyen terme						
Portant intérêts	6	546 500	22.1%	594 000	19.2%	-47 500
Dettes bancaires Maison du Tourisme portant intérêts		546 500	100.0%	594 000	100.0%	-47 500
Provisions		124 512	5.0%	121 724	3.9%	2 788
Provisions à court terme						
Provisions s/ass. annulation		10 000	8.0%	20 000	16.4%	-10 000
Provisions diverses		114 512	92.0%	101 724	83.6%	12 788
Fonds propres		1 390 512	36.0%	1 392 200	31.0%	-1 689
Bénéfices reportés		1 392 200	100.1%	606 856	43.6%	785 345
Bénéfice de l'exercice		-1 689	-0.1%	785 345	56.4%	-787 034
Total Passif		3 864 531	100.0%	4 492 729	100.0%	-628 197

Finances

Comptes d'exploitation

Produits	Notes	Comptes 2024 12 mois		Budget 2024 12 mois		Comptes 2023 12 mois		Écarts 2024 s/budget
		CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme								
Taxes de séjour et My Explorer Card		4 495 388	50.9%	4 580 000	54.2%	4 586 969	57.6%	-84 612
Taxes de promotion touristique		1 592 095	18.0%	1 500 000	17.8%	1 536 887	19.3%	92 095
Ventes d'articles		43 566	0.5%	39 000	0.5%	37 054	0.5%	4 566
Centrale de réservation		77 635	0.9%	58 000	0.7%	44 974	0.6%	19 635
Cotisations membres		95 674	1.1%	98 000	1.2%	96 942	1.2%	-2 326
Subventions ACCM - Marketing & Ventes		856 678	9.7%	853 000	10.1%	871 346	10.9%	3 678
Subventions ACCM - Events		781 000	8.8%	673 000	8%	483 000	6.1%	108 000
Subvention Fondation du Casino		60 000	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	60 000
Subvention État du Valais - Loterie Romande et fonds du sport		190 000	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	190 000
Recettes diverses		636 832	7.2%	646 500	7.7%	303 509	3.8%	-9 668
Produits Crans-Montana Tourisme		8 828 868	100%	8 447 500	100.0%	7 960 681	100%	381 368
Centre de Congrès								
Recettes Administration		72 954	10.6%	58 000	9.9%	80 419	11.8%	14 954
Locations salles et logements		260 813	37.9%	230 000	39.1%	263 829	38.6%	30 813
Recettes commerciales		354 794	51.5%	299 500	51.0%	339 244	49.6%	55 294
Produits Centre de Congrès		688 562	100.0%	587 500	100.0%	683 493	100.0%	101 062
Produits consolidés		9 517 430		9 035 000		8 644 174		482 430

Charges	Notes	Comptes 2024 12 mois		Budget 2024 12 mois		Comptes 2023 12 mois		Écart 2024 s/budget
		CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme								
Administration générale		924 738	10.5%	923 809	11.0%	873 786	11.0%	929
Charges de personnel		482 105	52.1%	474 109	51.3%	482 800	55.3%	7 996
Frais divers de personnel		68 099	7.4%	74 000	8.0%	72 255	8.3%	-5 901
Matériel et frais de bureau		88 158	9.5%	75 000	8.1%	72 120	8.3%	13 158
Coûts copies et copieurs		15 063	1.6%	21 000	2.3%	15 927	1.8%	-5 937
Coûts GED		0	0.0%	4 500	0.5%	0	0.0%	-4 500
Loyers et charges		165 979	17.9%	168 000	18.2%	160 270	18.3%	-2 021
Assurances		20 881	2.3%	22 000	2.4%	18 153	2.1%	-1 119
Frais de véhicule de service		16 139	1.7%	21 000	2.3%	18 891	2.2%	-4 861
Organe de révision et AG		19 694	2.1%	14 000	1.5%	20 066	2.3%	5 694
Frais financiers		17 795	1.9%	14 000	1.5%	13 238	1.5%	3 795
Pertes sur débiteurs		-589	-0.1%	3 000	0.3%	-14 754	-1.7%	-3 589
TVA irrecupérable exercice en cours		0	0.0%	0	0.0%	-22 027	-2.5%	0
Autres frais		31 414	3.4%	33 200	3.6%	36 848	4.2%	-1 786
My Explorer Card		1 152 923	13.1%	1 200 000	14.3%	1 240 165	15.7%	-47 077
My Explorer card - prestation et fonctionnement		1 152 923	100.0%	1 200 000	100.0%	1 240 165	100.0%	-47 077
Technologie de l'information		159 716	1.8%	211 250	2.5%	178 080	2.3%	-51 534
Parc informatique		159 716	100.0%	211 250	100.0%	178 080	100.0%	-51 534
Accueil & Information		724 867	8.2%	760 392	9.0%	701 253	8.9%	-35 525
Charges de personnel		638 438	88.1%	684 392	90.0%	625 339	89.2%	-45 954
Imprimés et matériel d'information		42 316	5.8%	42 500	5.6%	43 341	6.2%	-184
Articles pour revente		44 113	6.1%	33 500	4.4%	32 574	4.6%	10 613

Charges	Notes	Comptes 2024 12 mois		Budget 2024 12 mois		Comptes 2023 12 mois		Écarts 2024 s/budget
		CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Crans-Montana Tourisme								
Ventes & Centrale de réservation		1 138 410	12.9%	1 092 743	13.0%	1 140 074	14.4%	45 667
Charges de personnel		551 427	48.4%	592 343	54.2%	534 943	46.9%	-40 916
Activités marchés		542 371	47.6%	467 000	42.7%	574 927	50.4%	75 371
Webshop de destination		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Centrale de Réservation		44 612	3.9%	33 400	3.1%	30 204	2.6%	11 212
Events		2 417 473	27.4%	2 110 437	25.1%	1 553 209	19.6%	306 999
Charges de personnel		370 960	15.3%	364 687	17.3%	362 430	23.3%	6 272
Contribution aux événements (ACCM)		385 950	16.0%	325 000	15.4%	411 992	26.5%	60 950
Animations & événement		1 660 527	68.7%	1 420 750	67.3%	778 787	50.1%	239 777
Marketing & Communication		1 880 672	21.3%	1 691 309	20.1%	1 802 495	22.8%	189 363
Charges de personnel		767 401	40.8%	721 509	42.7%	681 425	37.8%	45 892
Frais généraux		39 121	2.1%	25 000	1.5%	44 067	2.4%	14 121
Supports et marque		153 846	8.2%	172 000	10.2%	178 937	9.9%	-18 154
Communication		605 572	32.2%	497 800	29.4%	671 975	37.3%	107 772
Expériences - produits		277 027	14.7%	250 000	14.8%	279 113	15.5%	27 027
Dissolution provision TPT		0	0.0%	0	0.0%	-100 000	-5.5%	0
Divers et imprévus		37 705	2.0%	25 000	1.5%	46 978	2.6%	12 705
Association des communes de Crans-Montana		420 000	4.8%	420 000	5.0%	420 000	5.3%	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		8 409 940		7 909 063		408 822

Charges	Notes	Comptes 2024 12 mois		Budget 2024 12 mois		Comptes 2023 12 mois		Écarts 2024 s/budget
		CHF	%	CHF	%	CHF	%	CHF
Centre de Congrès								
Charges de personnel		441 881	38.7%	439 300	42.7%	474 954	39.3%	2 581
Frais généraux		92 305	8.1%	74 900	7.3%	95 082	7.9%	17 405
Frais financiers		226	0.0%	500	0.0%	273	0.0%	-274
Entretien équipements, machines et véhicules		41 595	3.6%	43 000	4.2%	54 478	4.5%	-1 405
Charges bâtiment et extérieurs		345 165	30.2%	261 500	25.4%	327 128	27.1%	83 665
Marketing & Promotion		2 881	0.3%	10 000	1.0%	4 560	0.4%	-7 119
Charges commerciales		216 978	19.0%	200 000	19.4%	251 407	20.8%	16 978
Pertes sur débiteurs		32	0.0%	0	0.0%	196	0.0%	32
Charges du Centre de Congrès		1 141 062	100.0%	1 029 200	100.0%	1 208 078	100.0%	111 862
Charges consolidées		9 959 824		9 439 140		9 117 140		520 684

		Comptes 2024 12 mois	Budget 2024 12 mois	Comptes 2023 12 mois	Écarts 2024 s/budget
Résultat de l'exercice	Notes	CHF	CHF	CHF	CHF
Crans-Montana Tourisme					
Produits		8 828 868	8 447 500	7 960 681	381 368
Charges		8 818 762	8 409 940	7 909 063	408 822
Résultat avant amortissement		10 106	37 560	51 618	-27 454
Amortissement	3	37 316	37 300	39 442	16
Résultat Crans-Montana Tourisme		-27 210	260	12 176	-27 470
Centre de Congrès					
Produits		688 562	587 500	683 493	101 062
Charges		1 141 062	1 029 200	1 208 078	111 862
Résultat avant subvention ACCM		-452 500	-441 700	-524 585	-10 800
Subvention ACCM		450 000	450 000	450 000	0
Retrocession d'une part du bénéfice		0	-7 636	0	
Résultat Centre de Congrès		-2 500	664	-74 585	-3 164
Résultat avant produit extraordinaire					
		-29 710	924	-62 409	-30 634
Produit extraordinaire	4	28 021	0	847 753	28 021
Résultat consolidé		-1 689	924	785 345	-2 613

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 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
	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 31.12.2023	Achat / Ventes	Total
	CHF	CHF	CHF
Véhicule de service	3	0	3
Mobilier Maison du Tourisme	22 763	0	22 763
IT et Machines de Bureau Maison du Tourisme	865	0	856
Mobilier, machine, équipement, terrain (solde pour mémoire)	4	0	4
Agencement Maison du Tourisme	427 749	0	427 749
Total	451 375	0	451 375

Amortissements ordinaires et/ou immédiats	Taux	Immédiats	Ordinaires	Valeur au 31.12.2024
		CHF	CHF	CHF
Véhicule de service		0	0	3
Mobilier Maison du Tourisme	25%	0	5 690	17 073
IT et Machines de Bureau Maison du Tourisme	40%	0	342	514
Mobilier, machine, équipement, terrain (solde pour mémoire)		0	0	4
Agencement Maison du Tourisme	5%	0	31 283	396 466
Total		0	37 315	414 060

4. Produits exceptionnels

	Bilan au 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
	CHF	CHF
Extournes de transitoires prescrits	27 266	7 781
Remboursement amortissement Studio Régent (par commune Lens)	0	834 897
Carte avantage payé non chargé (pas de réclamation client)	0	2 999
Divers	755	2 076
Total des Produits exceptionnels	28 021	847 753

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 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
	CHF	CHF
BMW Schweiz AG	9 027	16 187
Leasing Mercedes (offert par Garage d'Andrès)	0	0
Total des leasings véhicules	9 027	16 187

6. Cautionnements reçus

	Bilan au 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
Valeur des cautionnements	CHF	CHF
Cautionnement simple Commune de Lens - Emprunt BCVs	146 462	159 192
Cautionnement simple Commune d'Icogne - Emprunt BCVs	20 221	21 978
Cautionnement simple Commune de Crans-Montana - Emprunts BCVs	379 818	412 830
Emprunt BCVs	546 500	594 000
Cautionnement simple Commune de Lens - limite de crédit UBS	18 750	26 250
Cautionnement simple Commune d'Icogne - limite de crédit UBS	2 063	2 888
Cautionnement simple Commune de Crans-Montana - limite de crédit UBS	41 688	58 363
Limite de crédit UBS	62 500	87 500
Total des cautionnements	609 000	681 500

7. Dettes envers des institutions de prévoyances

	Bilan au 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
	CHF	CHF
Axa fondation LPP	396	925

8. Information sur le nombre d'équivalent plein temps

	Bilan au 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
	CHF	CHF
Fourchette des emplois à plein temps en moyenne annuelle	<250	<250

9. Autre information prescrite par la loi

	Bilan au 31.12.2024	Bilan au 31.12.2023
Cours de change	CHF	CHF
EUR	0.9470	0.9958
GBP	1.1354	1.1457

Finances

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

Fiduciaire FIDAG SA

G. Clivaz Bureau Fiduciaire SA

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

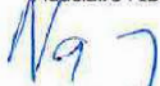
En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, comptes de résultat et annexe) de votre association pour l'exercice 2024 arrêté au 31 décembre 2024.

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

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

G. Clivaz Bureau Fiduciaire SA



Gaston Clivaz

Fiduciaire de Crans-Montana (FCM) SA



Christophe Cordonier
Expert-réviseur agréé

Crans-Montana, le 23 avril 2025

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, Aeschlimann Rose-Marie, Agence AAI Angela Immobilier S.A. Turnbull Angela, Agence de Sécurité et Protection SA Déléze Pascal, Agence Immobilière Agival Crettol 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 Rey Julien, Agence le Cristal SA Tschopp Bettina, Agence Les Grillons Sàrl Dolt-Cordonier Nathalie, Agence l'Exclusif de l'Immobilier Miraoui el Mostafa, Agence Mickaël Hofmann Immobilier Sàrl Hofmann Mickaël, Aioutz David, Air-Glaciers 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. I. Till Ferenc, Amadeus Distributions Sàrl Clivaz Jean-Daniel, Ancay Daniel Menuiserie S.A. RI Ancay Daniel, Angelo & Fils Peinture-Gyperie S.A. Loprete Angelo, Angel'S Sport Sàrl Angelo Gillet, Antinori Illaria, aPa Consulting Sàrl Antonin Patrick, APACH Berger Cédric, Aquamust SA Georges Philippe, Aratours SA Khurshudian Ara, Argoal Consulting Doebelin Jean-Jacques, Ariane Immobilier & Voyages Cordonier Ariane, Arkeo Sàrl Eralp Julien, Art Crans-Montana Ciamparini Fabienne, Art/Collections-Fondation Bernard et Caroline de Watteville, Art-Ethnovoyages.com Doriot Galofaro Sylvie, ArtStyle Coiffure Gayoso Kety, Association Château de Vaas Fournier Fabrice, Association Midrach Beit Avinou Azzi Clément, Association Montagn'ARTS Georgoulis Zoé, Association Trail des Patrouilleurs Beytrison Anouk, Atelier d'architecture Danelutti Danelutti Fabrice, Atelier d'Architecture Graphos Sàrl Michellod et Naoua Chris, Auberge de Jeunesse Crans-Montana Witschi Nicolas, AUCENTRE 2018 Sàrl Parachini Mauro, 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, Bamoco AG, Bank Julius Baer & Co Ltd Borgeat Alexandre, Banque Cantonale du Valais Amos Samuel, Banque Raiffeisen des Communes du Haut-Plateau Robyr Claude, Baraka Idées Stefanazzi Carmen, BARNES Suisse SA d'Andiran Marc, Barras Christian (Garagiste), BARRAS Electricité Partners SA Barras Nicolas, Barras Enseignes Sàrl Barras Ralph, Barras Francis, Barras Joel S.A. Barras Joel, Barras Joseph-Louis & Fils SA Barras Joël, Beeheid Sàrl Rouiller Sandra, Bel-Air Fine Art Chabanian 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 Jelme, Bijouterie-Horlogerie Langel Thierry Langel, Bikesservices Rocha Pereira Rocha Pereira Danny, Bikes.ch Paganelli Julien, BISA Tourisme SA Robyr Jérémie, Bitterli Monika und 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 Gerber Michel, Bourgeoise de Chermignon Lager Tony, Bourgeoise de Lens Bagnoud David, Bourgeoise de Montana Rey Pascal, Bourgeois de Randogne Jilg Grégoire, Boutique 5th Avenue S.A. R. Gentner Eva-Maria, Boutique Carmelo la Spina Carmelo, Boutique Centaure Sàrl Valais, Siège à Crans-Montana Zumbach, Boutique Ginger Bonvin Marianne, Boutique Julia & Co Thibault Danielle, Boutique Montblanc Viscolo Stéphanie, Bovet Pierre-Alain, Bowling Albert l'er Erismann Franca & Lonfat Patrice, Briguet Joël, Bruellan S.A. Tissières Jean-Paul, Bsm Casaling S. a R. Merlo Stéphanie, Bureau Armand Berclaz SA Berclaz Armand, Bureau d'architecture Rey Bernard, Bureau d'ingénieurs civils Raphaël Bonvin Bonvin Raphaël, Burrus Katrina, 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 Bruttin Isabelle, 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 Val Sà, Sion, Café Cher-Mignon et Chambres d'hôtes Knuch Laurent, Café d'Ycoor Sàrl Santos Coelho Tito Ricardo, Café Restaurant Oliveto Muntoni Federico & Mariacela, Café-Restaurant Le Chalet Rielle-Ghio Airaldi Aloysia, Caisse d'épargne et de Crédit Mutuel Savioz Grégory, Calligraphy.ch SA Héritier Nicolas, Caméleon Rouvinet Sàrl Rouvinet Dominique, Camping de la Moubra Bojkovic Zoran, capMDS Sàrl Arys Alain, Carrosserie du Rawyl Sàrl Grœucio Salvatore, CoSy SA Ogi Caroline, Cave Bonvin Gaston & Eric Sàrl Bonvin Eric, Cave des Oasis SA Clivaz Yves, Cave Feuille 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 Robyr Robyr Pierre, Caviar House & Prunier (Suisse) S.A. Eleskin Denis, CB Menuiserie Sàrl Crotaz Vincent, Centre Thérapeutique Medica Collard Didier, Centre Thérapeutique Medica Mudry Rebecca, Centre Thérapeutique Médica Van Camp Werner, Chalet Diognysos Bed & Breakfast Perruchoud Sophie, Chalet Excellence Santos Cristina, Chalet Petit Bois, Chetzeron 2112 S.A. Lamac Sami, Cinécan Maillet Pierre-Alain, Claude Bonvin & Fils SA Bonvin Venance, Clebard Palace Debons Romane, Clinique Bernoise Eckert Philippe, Clinique Genevoise de Montana Mainetti Sylviane, Clinique Lucernoise de Montana Wenger Fabien, CM Management SA Hôtel Six Senses Crans-Montana, Coiffure Pierre-André Cavallo Pierre-André, Colorado Riders Chalet Coubès-Hasler Family Sàrl Olivier Cou, Comina Architecture SA Comina Grégoire, Commune de Crans-Montana Féraud Nicolas, Commune de Lens Bagnoud David, Commune d'Icogne Kamerzin Martial, Compagnie de Chemin de Fer et d'Autobus Sierre-Montana-Crans, Conzor Panorama SA Fornage Pierre, Coop, Société Coopérative, Coopérative Agror Caloz Bertran, 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.immo-Contact Sàrl Schulte-Stemmer Karine, Crans-Café Coelho Pereira Ernesto, Crans-Montana Classics Bagnoud Loretan Isabelle, Crans-Montana Football Camps Association Loser Walter, Créations Stylart Rey Jean-Claude, CREDIT SUISSE (Suisse) SA Rey Fabrice, Creperie Crist Tea'S Borovicinan Rodovanka, Crettol Françoise, Cry d'Err SA Rey Charles-André, Dada Architecture & Design Sàrl D'Agostino Davide, Dall Central Sàrl Torrent Daria, David l'Instant Chocolat SA Pasquetti David, DC Constructions SA Torrent Didier, de Courten Béatrice, de Michielis François, de Raemy Antoine, Debrunner Acifer SA Valais Zennhüser Nicole, Dédé Sàrl Co Deller -Marendaz Sylvie, Dentiste Tellols 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 SA. Rouvinet & Mommer, Dsc Prestige Sàrl Pozzoni Ivan, Duc Jucky, Duc Sports Sàrl Duc Pascal, Duc-Sandmeier Jacqueline, Dynamic360 SA Hotel du Lac Klingler Yves, Eagle Management Sàrl Mittaz Yves, Easysdata Consulting - Thierry Simon Simon Thierry, Eb Gyperie Peinture Sàrl Rodrigues Miguel, Ecole de Parapente Paralook Alvarez Johnny, Electoplan S. a R.I. Borgeat Michel, Elokens Sàrl Vernaz Luc, Emery Epiney SA Luyet Christian, Enjoy the Ride Sàrl Hellmüller Roxane, Entreprise Marius Cordonier et Fils Sàrl Cordonier Antoine, Entretien de parcs et jardins Correia Pereira Antonio, Ephor Distribution Sàrl Jeanneret Yves, Espace Premium Sàrl Durant Terrason Roland Claude, ESS Crans-Montana Masserey Nicolas, Etavis Romandie SA, Euxrotex Marletta Salvatore, Feldschloessen Boissons S.A., FELIX Bureautique.ch SA Garcia David, Fidimmo 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., Flynnhigh Sàrl Lamon Alexandre, Fondation Eurydice De Ségur Sophie, Fondation Le Rosyl C/o Savoy René, Fondation Opale Primat Bérengère, Fontainebleau 18 Sàrl - Oli's Break Reverberii François, Forster-Paysage Sàrl, succursale de Crans-Montana Forster Je, Fraise Ralph, Franco Ronchi S.A. Ronchi Franco, Frédéric Zufferey & Cie Sàrl Staub Emilie, G. Clivaz Bureau Fiduciaire S.A. Clivaz Gaston, Gabus Georges-Alain, GaleniCare AG Pharmacie Amaviva Bagnoud (050, Garage Continental Bonvin Francis, Garage du Nord Bagnoud Abel, Garage Olympic S.A. Garcia Raphaël, Garage-Carrosserie La Délége 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 NÔAS 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 R.I. Favre Guy, Haut-Plateau Electricité Sàrl Québette Jean-Claude, Hedman Gunilla, Henchoz Patrick, Hendriksen Bernhard, Hermes Suisse SA, Holidayservices Piazza Gabriella, Home Cleaning Nettoyage Marques de Almeida Nisa, Hostellerie du Pas de l'Ours Bestenheider Armand, Hôtel Ad'Eladorado Bonvin Didier, Hôtel Belmont Duc Alain, Hôtel Crans-Sapins Praplan Ely, Hôtel de la Prairie Sàrl, Montana Pichard Nadine, Hôtel de l'Etrier Bestenheider Géraldine, Hôtel Elite 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. Stefanutti Fabi, Hôtel-Residence de la Forêt SA Niedercorn Albertine, H-P Forst Rey Frédéric SA Rey Frédéric, Hugo Steingger P.r. & Management S.A. Steingger Hugo, Ice Skating Club Crans-Montana Sierre, Imboden Prior Astrid, Impenia Suisse SA Nanchen Daniel, Imprimerie Gessler SA Gessler Jean-Paul, Imprimerie Nouvelle Montana Sàrl Bagnoud Bonvin Ariane, Imprimerie VB Sàrl Bonvin Jean-Pierre et Laurent, Institut Crans Sàrl Henzi 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. Gargiulo Rofaele, Jardineige Sàrl Giorgetta Antonello, Jean-Marie Pont Sàrl Pont Jean-Marie, Jeannerat Damien, JEREMIE REY ET FILS SA Rey Jérémie, JMTG Menuiserie-Ebenisterie Sàrl Blanc Jérôme, Joël Rey Constructions SA Rey Frédéric, Jules Rey Constructions SA Barras Dominique, Jump Online Services Sàrl Robyr Alain, Kiosque Grand-Place Dolt Hedwig, Konrad Martina, La Cabane des Violettes Sàrl Reynaud Franck, la Cave de Crans S.A. Beytrison Christophe, la Fileuse 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 Conchetta et Didier, l'Artisan du Bois Bagnoud Patrice, L'Atelier Café Créatif Bach Géraldine, LDConsult Emery Charles-André, Le Cadre Royal Sàrl Fernandes José, Le Constel Sàrl Moretti Jacques, Le Cordon Bleu Helvetia S.A. R.L. Coutreau André, Le Crans SA Hoffmann Leyla, Le Pouchkine S. A. R.L. 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 Verbiere S.A. Stettler Philippe, L'Essencier Sàrl Mayor Jean-Michel, Limousine Service Emery Christian, Ljungqvist-Souvannavong Phitsamone, LOUIS VUITTON SUISSE S.A. Comptabilité Fournisseurs, Luxury Brands Switzerland Sàrl Saogesser Patrick, M 21 Marceau Invest & Immo SA C/o Dewé Alain, Mabillard SA - Aux Arts Ménagers et La Boutique Mabillard Mi, Margelisch Française, Masserey SA, Terrassements et Transports Masserey Roland, Matias Da Silva Carvalho José Elias, Mayor Sally, ML Fiduciaire SA Barras-Frossard Caroline, Médecin-Dentiste Berclaz Julien, Menuiserie Charpente Bonvin Jean-Louis et Denis, Metz Jean, Michelangelo 98 SA Kalajdzic Aco, Miglionico Luciano, Millius Carrelage SARL Millius Joël, Minebi S.A. Etoile des Pierres Feusi Marie-France, ML Immobilier VIP Services Sàrl Dollfus-Loretan Monique, Molino AG - Zurich Rahli Mickaël, Moncler Suisse SA, Monk's Bar Sàrl Nicole Philippe, Montana Bijoux Theintz Jean-Philippe, Montan/Agence Berclaz René, Montanogest Sàrl Mendicino Michel, Mosaic 2016 SA Kalajdzic Milan, Mudry Jean, Mudry Paul-Alfred, Mulhaupt & Cie, Myr Barbara, N et A Sécurité Sàrl Solimonto Aldo, Nesins Pierre, New Goal Sàrl Gianni Alberti, Notaire Clivaz Paul-Albert, Notaxor Holding S.A. Roux Daniel, Nyffeler André, OC Sport Suisse Sàrl Favre Hervé, Oenothèque Ravet-Quinche Sàrl Ravet-Quinche Nathalie, OIKEN SA Fellay François, Olea Conseils Sàrl Richard Elodie, P. Bonvin & Fils Sàrl Bonvin Stevan, Pacific Shop & Pacific Shop Rental Baumgartner Xavier, Paradis des Enfants Bertrisey 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-Carbona S.A. Moistre Yvan, Pfefferle & Cie S.A., Phare Sàrl Rapp Fabien, Pharmacie Benu des Alpes Hovi Roba, Pharmacie Internationale Montana Mater Elsie, Pharmacies du Haut Plateau SA Sauer Christiane, Philippe Perren Gyperie-Peinture SA Perren Philippe, PHM Premium Hotel Management Sàrl C/o Solalp, Pictet & Cie Cardoso Rossella, Pierre Coiffure de Stasi Jérôme, Pierre Pralong Atelier d'Arch. S. a R.I. Pralong Pierre-Alain, Pompes Funebres Barras SA, Barras Willy, Pompes Funebres Daniel Rey et Fils Sàrl Rey Fabien, Postillon Exploitation Sàrl Bonvin Lionel, Pralong Antoine S.A. Pralong Antoine, Premium Solution CM Sàrl Stochitoux Oana-Luiza, Pressing Blanchisserie Beau Soleil Turjanovic Natasa, Pressing Clair-Lac Martins Maria de Fatima, Professeur de Golf Gardino Eduardo, Pure Invest Sàrl Masciulli-Bernasconi Angela, QuicK-Soft Informatique S.A. Bagnoud Aristide, RANDO Shop Sàrl Levy Duo, Rebel Boutique Emery Danielle, Regamey Patrick, Regards Optique & Photographie Sàrl Pito Christophe Aurelio, Regida S.A. Tropeano Ruggero, Regie Immobiliere Fernanda Sàrl Pinckaers Michèle, Remontées Mécaniques de Crans Montana Aminona (CMA) SA, René Rey Sports Rey Christian, Renovation & Interieurs Sàrl Demange Thierry, Residence Antares, Restaurant Bella-Lui S.A. Sandmeier Olivier, Restaurant la Dent-Blanche Cretzetz Pierre-Joseph, Restaurant Le Cervin Cottini Charly, Restaurant Le Continental Da Silva-Clivaz Sandra et Paul, Restaurant Plumachet Rose Yvonne, Rey Christophe, Rey Jean-Pierre, Robyr Marius, Rudaz + Partner Sa/Ag Clavien Stéphanie, Sarah Dunn Translation Dunn Sarah, Sàrl Expertises Fonc. Franco-Suisse Capelli Jean-Claude, Sapeurs des Alpes Sàrl Trooster Goele, Savoy Jean-Claude, Schochli Impression & Communication SA, Serge Mabillard Sàrl Mabillard Serge, Seven-Immo Sàrl Jerjen Stefan, Signal AG, Sàrl Rinaldo Jacomelli Jean-Rinaldo, Société du Casino de Crans-Montana S.A. Joguet Yannick, Solalp S.A. Rielle Aloysia, Sols G Griching Steve, Soundlights-VS sàrl C/o Crettol Jean-Marie, Southam - Aulas Anne, Sport Club Residence & Spa - Maxsean Siconolfi Lucrecia, Stéphane Robyr Sàrl - Laiterie Le Terroir Robyr Stéphanie, 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 Anouk, SUNIMMO Riviera Thebaud Alain, Swiss Broker House Sàrl Rastelli Francesco, Swiss Mountain Sports Sàrl Caillat Yves, Swiss Well-Being SA, SWISS-CART PUTTLOU Püttolu Andrea, Tailiens SA, Tailiens Nicolas, Tapparel Alexis et André S.A. Tapparel André, Tapparel et Aymon SA Tapparel Eddy, Taxis Central Jean Emery Emery Christian, Tdm Sàrl Transports Taxis Morard Jacky, Teleshop SA, Crettol Jean-Marie, Texto S.A. Boutique First, Thierry Sermier, Photographie Sermier Thierry, Thomas l'lg Sàrl l'lg Thomas, Time Flagship AG C/o Omega SA, Tissage de Tolles Berne SA Dietenheim Eduard, Titi Sports Chaussures Robyr Chantal et Jean-Jacques, Toit Pour Toi Ferblanterie Couverture Sàrl Pinto Pereira Ric, Touristdatashop SA, Trilogie Beauté Lamon Anne-Laure, Trollborg Tommy, Tsonas Créations fourrure et cuir, UBS Switzerland AG Amacker Rainer, Umi7 Sàrl Roggwiler Pierre, Urmi Art S.A. C/o Fiduciaire Fidag SA, V. & A. Zwisig SA Griching Pierre-Alain, Valais Wine Tour Antille Emery Catherine, Valentin Charles-Henri, Vb Grues-Services S.A. Borgeaud Vincent, 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, Volterrani Valerio, Voyages L'Oiseau Bleu SA Melly Pierre, West Wing Sàrl Zhan Pingan, White Mountain Sàrl Reynaud Lionel, William Rey Platre-Peinture S. a R.I. Rey William, Wortex Sàrl Icoigne Mayor René-Pierre, Wuest Frédéric, YOGA CHIC Sàrl Hernandez Myriam, Zanoni Constructions Métalliques SA Zanoni Pierre-Antoine, Zermattent Gérard, Zermattent 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