



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

Procès-verbal de l'assemblée générale 2023.

Mercredi 23 mars 2023, 10h30,
Distillerie Louis Morand & Cie SA, Rue de Plaisance 2, 1920 Martigny
Membres présents : 1837 des actions représentées

Ordre du jour.

1. Ouverture de l'assemblée générale
2. Procès-verbal de l'assemblée générale du 30.03.2022
3. Rapport de gestion 2022
4. Comptes 2022
 - a) Présentation
 - b) Rapport des réviseurs
 - c) Décharge
5. Perspectives 2023
6. Elections statutaires
7. Divers

1. Ouverture de l'assemblée générale

Damian Constantin ouvre l'assemblée générale de la Matterhorn Region SA (MRAG) en souhaitant la bienvenue aux actionnaires présents. Il salue la présence des membres du conseil d'administration suivants : Marco Tacchella de la Matterhorn Gotthard Bahn, Philippe Sproll d'Aletsch Arena, Matthias Supersaxo de Saas-Fee/Saastal et Henri-Pierre Galletti de Région Dents du Midi. Il note également l'absence d'Urs Zurbriggen de My Leukerbad AG qui est excusé. Ensuite, il présente l'ordre du jour qui est accepté sans aucun commentaire. Avec 1837 actions représentées sur 2500, l'assemblée générale peut légitimement délibérer.

Damian Constantin s'adresse aux personnes présentes et propose une brève rétrospective de 2022. Une année placée sous le signe de la reprise après deux années 2020 et 2021 fortement marquées par la pandémie. Malgré cette reprise, différents défis ont impacté 2022. Le conflit ukrainien et la crise énergétique ont notamment exigé une grande réactivité dans le travail des marchés. Ainsi, les séjours d'hôtes en provenance des marchés européens ont à nouveau augmenté. De plus, la population suisse a une nouvelle fois beaucoup voyagé au sein de son propre pays. En outre, une forte croissance de la demande a été constatée sur les marchés lointains comme aux Etats-Unis et au Canada ainsi qu'en Asie du Sud-Est. Cette tendance est d'autant plus réjouissante que ces marchés revêtent une grande importance pour le tourisme valaisan. Par ailleurs, l'intérêt des médias et des tour-opérateurs pour le Valais a également augmenté l'année dernière.

Du côté des partenaires, l'année 2022 a également connu une avancée positive. La MRAG a, en effet, recruté un nouveau membre : Thyon Région. Cette évolution réjouissante montre que le modèle commercial de la MRAG est également attractif pour les destinations plus petites. De plus, les partenaires existants Barryland, TMR (Transports de Martigny et Régions) et Martigny Tourisme ont fusionné et se présentent désormais sous une seule entité, Martigny Région, en tant que partenaires de la MRAG, afin de regrouper leurs ressources et leurs forces et d'exploiter leurs synergies.



En 2022, l'accent a été principalement mis sur les ventes via la plateforme B2B, qui permet des réservations directes par les tour-opérateurs. Grâce à cette plateforme, un chiffre d'affaires légèrement supérieur à un million de francs suisses a ainsi pu être généré en 2022. Cela correspond approximativement au niveau de 2018. En 2023, le chiffre d'affaires devrait à nouveau atteindre le niveau de 2019, soit environ deux millions de francs suisses. Les objectifs principaux pour 2023 sont, en plus de la mise en avant de la durabilité, la prolongation de la durée moyenne de séjour et le comportement de réservation à court terme des clients. Il s'agit ici de maintenir une grande flexibilité et une certaine agilité, afin de réagir de manière ciblée à l'évolution constante des conditions-cadres et des besoins des clients.

Damian Constantin rappelle aux personnes présentes que la MRAG rassemble les compétences disponibles dans le canton pour renforcer et promouvoir la présence du Valais sur le marché international en collaboration avec ses partenaires. Cette approche génère non seulement une valeur ajoutée directe sous forme de réservations via la plateforme B2B, mais également une valeur ajoutée indirecte significative, par le biais des réservations directes auprès des prestataires de services individuels et par la promotion de la région et de ses partenaires. Il est essentiel de toujours tenir compte de cet aspect dans le cadre d'une coopération avec la MRAG.

En conclusion, Damian Constantin exprime sa gratitude envers les partenaires et actionnaires de la MRAG, ainsi qu'envers l'équipe opérationnelle pour le travail accompli au cours de l'année écoulée.

2. Procès-verbal de l'assemblée générale du 30.03.2022

La lecture du procès-verbal n'est pas effectuée, car il a été mis à la disposition des membres avant cette réunion. Le procès-verbal est adopté à l'unanimité et sans commentaires.

3. Rapport de gestion 2022

Christian Schwab salue les participants et explique que l'année 2022 a été fortement influencée par des facteurs externes. Au début de l'année, plusieurs marchés étaient encore soumis à des restrictions de voyage dues à la pandémie de coronavirus. Ces restrictions ont ensuite été progressivement assouplies ou levées, entraînant une augmentation encourageante du tourisme, principalement en provenance d'Europe, des États-Unis, du Canada et de l'Asie du Sud-Est. En 2022, d'autres facteurs externes ont également joué un rôle, tels que la crise énergétique, l'inflation, la sécheresse prolongée pendant les mois d'été et la pénurie de main-d'œuvre dans l'industrie du tourisme et de la restauration. Néanmoins, l'année 2022 a été marquée par la reprise des activités touristiques, avec une augmentation des voyages dans la plupart des marchés par rapport à l'année précédente. En termes de stratégie, la MRAG a mis l'accent en 2022 sur la consolidation de ses acquis. La collaboration avec les partenaires existants a ainsi été renforcée. Les systèmes, en particulier les plateformes de réservation B2B et B2C, ont été développés et améliorés. Les processus ont été optimisés pour une utilisation plus efficace des ressources humaines. Finalement, la gestion du marché a été continuellement optimisée.

Les investissements sur les marchés de proximité se sont élevés à 1 million de francs suisses en 2022, représentant une augmentation de CHF 100'000.- par rapport à l'année précédente ; tandis que sur les marchés lointains, ils ont été de CHF 770'000.- en 2022, ce qui est comparable à 2021. Le chiffre d'affaires de la plateforme B2B a quadruplé par rapport à l'année précédente, atteignant ainsi 1,083 millions de francs suisses. En revanche, le chiffre d'affaires de la plateforme B2C a diminué de 8% en 2022 par rapport à l'année précédente, s'élevant à CHF 434'000.- Cette baisse s'explique par le fait que cette plateforme cible principalement la clientèle suisse. Grâce à l'ouverture des frontières, les Suisses ont toutefois pu facilement voyager à l'étranger en 2022. Cette tendance a induit une légère diminution des voyages au sein du pays et, par conséquent, une baisse équivalente du chiffre d'affaires B2C.



En 2022, la MRAG a eu la chance d'intégrer Thyon Région en tant que nouveau partenaire. De plus, Barryland, TMR (Transports de Martigny et Régions) et Martigny Tourisme ont fusionné pour former Martigny Region, qui fait maintenant partie, sous une même entité, des partenaires de la MRAG. La MRAG compte ainsi onze partenaires. Le conseil d'administration est composé de six membres représentant les partenaires. La commission marketing, qui discute des aspects opérationnels de la MRAG et formule des recommandations au conseil d'administration est, quant à elle, constituée de onze personnes (un membre par partenaire).

En 2022, diverses améliorations et optimisations ont été apportées aux systèmes. Il est important de faire la distinction entre le shop B2C et la plateforme de vente B2B. Le shop B2C est la place de marché digitale Valais placée sous la responsabilité de Valais/Wallis Promotion (VWP) et financée par cette dernière. Elle sert principalement de « One-Stop-Shop » pour les clients finaux et est accessible à toutes les destinations touristiques et prestataires de services, moyennant le paiement d'une commission appropriée, indépendamment d'un partenariat avec la MRAG.

Le B2B-Shop est une plateforme pour la gestion numérique des réservations des clients professionnels. La responsabilité et le financement de cette plateforme B2B incombent à la MRAG. Par conséquent, cette plateforme est exclusivement utilisable par les partenaires de la MRAG. En 2022, divers jalons ont été atteints sur la plateforme B2B. De nouvelles fonctionnalités ont été introduites, telles que l'uniformisation des catégories et structures de prix, ainsi que l'amélioration de la compréhension des documents tels que les offres et les factures. L'utilisation de la plateforme pour les destinations partenaires et l'équipe de réservation a également été facilitée. Finalement, la plateforme a également été utilisée pour des réservations lors du workshop organisé pour le marché nord-américain à Brig, générant ainsi 42 réservations et un chiffre d'affaires de CHF 15'000.-

En 2022, une forte augmentation des réservations et des demandes a été constatée grâce à l'ouverture des frontières à partir du deuxième trimestre. Les marchés européens ont manifesté un grand intérêt, en particulier pour la nature, la culture et la gastronomie. La durabilité est restée omniprésente en 2022, et la tendance à des réservations à court terme s'est également confirmée.

Pour le travail des marchés européens, la MRAG s'est, entre autres, concentrée sur la publicité numérique, le travail médiatique et le développement de contacts commerciaux avec les tour-opérateurs. Sur les marchés lointains, il y a eu un assouplissement progressif des restrictions de voyage qui s'est accompagné d'un effet de rattrapage notable. Les États-Unis, le Canada et l'Asie du Sud-Est ont ainsi fortement contribué au chiffre d'affaires annuel. En ce qui concerne le travail des marchés lointains, l'accent était principalement mis sur l'intensification des contacts commerciaux dans le domaine du commerce.

Les parts de marché, mesurées en termes de nuitées, reflètent la reprise des marchés de proximité et lointains. En 2022, 27% des nuitées générées en Valais provenaient de clients des marchés de proximité, tandis que les marchés lointains représentaient 12%. Avec 61%, le marché suisse est resté le plus fort. Cependant, la répartition entre les différents marchés s'est rapprochée du niveau d'avant la pandémie. À l'époque, les marchés éloignés étaient responsables de 17% des nuitées, et les marchés de proximité de 31%. Le marché suisse était alors déjà le plus fort, avec 52%. Il convient de souligner ici l'importance du travail de la MRAG pour la mise en œuvre du tourisme quatre saisons en Valais. Le traitement des marchés de proximité et lointains avec les segments de clientèle correspondants joue un rôle capital pour y parvenir.

Avant de conclure, Christian Schwab donne un bref aperçu de la situation et du traitement spécifique des marchés prioritaires définis. Les caractéristiques spécifiques à l'Allemagne, comme représentant des



marchés de proximité, et à Singapour, en tant que représentant des marchés lointains, sont expliquées à titre d'exemple. Il est souligné que les informations détaillées sur tous les marchés sont consultables dans le rapport annuel. De manière générale, il convient de mentionner que l'année 2022 a globalement apporté un développement positif des marchés.

En ce qui concerne les revenus 2022, une évolution positive a pu être observée notamment dans le domaine du B2B. Une multiplication par quatre du chiffre d'affaires a ainsi été enregistrée par rapport à l'année précédente. En revanche, dans le secteur B2C, le chiffre d'affaires a légèrement diminué par rapport à 2021. Cette baisse s'explique principalement par la réouverture des voyages à l'étranger pour les Suisses, qui constituent la clientèle principale du shop B2C.

Dans le domaine du B2B, les marchés lointains ont fortement contribué au chiffre d'affaires l'année dernière, représentant environ 86% du chiffre d'affaires total. Les marchés d'Asie du Sud-Est, en particulier Singapour, ont obtenu d'excellents résultats en termes de chiffre d'affaires en 2022.

En conclusion, Christian Schwab remercie les partenaires et les actionnaires pour la confiance accordée à l'équipe opérationnelle de la MRAG et passe la parole à Damian Constantin. Ce dernier souligne à nouveau que la situation sur les marchés est en constante évolution. Cela exige une grande flexibilité tant de la part de la MRAG que de ses partenaires et de leurs équipes respectives.

La proposition d'acceptation du rapport de gestion 2022 est soumise. Elle est acceptée à l'unanimité, sans opposition ou abstention.

4. Comptes 2022

Christian Schwab présente le bilan annuel 2022 de la Matterhorn Region AG (MRAG), qui affiche un bénéfice de CHF 634,02 pour des dépenses de CHF 3'978'550,80 et des recettes de CHF 3'979'184,82. Tant les recettes que les dépenses ont fortement augmenté par rapport au bilan annuel de 2021. Cela s'explique par la reprise des ventes dans le secteur B2B, générant un chiffre d'affaires de plus d'un million de francs suisses. Grâce à une bonne planification des dépenses promotionnelles, l'exercice se clôture par un léger bénéfice.

Les contributions des destinations et prestataires partenaires, d'un montant total de CHF 2'408'200.-, représentent 60,5 % des recettes. Le nouveau modèle de collaboration, avec l'intégration des marchés de proximité dans la promotion, explique la part élevée de ces recettes. Les ventes de produits et services touristiques s'élèvent à CHF 1'083'450.- dans le secteur B2B (+297 % par rapport à 2021) et à CHF 434'300.- dans le secteur B2C (-7 % par rapport à 2021). La provision pour pertes sur débiteurs a été augmentée à CHF 51'000.- Les autres recettes issues de la participation à des activités promotionnelles s'élèvent à CHF 96'200.-

Comme la MRAG s'appuie sur les compétences et les ressources de ses partenaires ainsi que sur les mandats publicitaires, le chiffre d'affaires et la gestion des réservations s'élèvent à CHF 1'227'500. Les coûts du système de réservation, principalement liés aux licences, aux commissions et à la maintenance du système, s'élèvent à CHF 167'200.- Le projet Innoutour visant à développer la plateforme numérique a été achevé en 2021. Par conséquent, le montant de CHF 50'300.- pour les développements nécessaires à l'optimisation de la plateforme figure dans cette catégorie.

La principale activité de la MRAG consiste à mettre en œuvre des activités promotionnelles et commerciales pour le Valais et ses partenaires sur les marchés internationaux où elle opère. Les coûts de commercialisation résultent de la collaboration avec Suisse Tourisme ainsi que des actions propres de la



MRAG et s'élèvent à CHF 1'120'000. En 2022, la MRAG a également pu compter sur le soutien du tourisme par le biais d'un crédit de plus de CHF 390'000.- auprès de Suisse Tourisme. Cela a permis à la MRAG de répercuter les économies ainsi réalisées sous forme de réductions sur les cotisations annuelles pour ses partenaires. De plus, CHF 100'000.- de ce prêt ont été utilisés pour profiter de possibilités promotionnelles supplémentaires sur les marchés de proximité.

Pour répondre à la demande de ses clients B2B et B2C et créer des offres, la MRAG a acheté en 2022, en Valais, des services touristiques pour plus de CHF 1'337'600.- Il s'agit à la fois de services hôteliers, de frais de transport et de restauration, ainsi que de location de matériel, de visites de musées ou de visites guidées en groupe. Les paiements par carte de crédit pour les ventes sur la plateforme digitale engendrent des coûts de plus de CHF 15'300.-

Le total du bilan au 31 décembre 2022 s'élève à CHF 1'032'597,71. Les actifs se composent de liquidités disponibles de plus de CHF 120'000.- et de charges à payer actives de plus de CHF 945'000.- Les passifs comprennent les créances au 31 décembre 2022 d'environ CHF 700'000.-, les acomptes de clients de CHF 32'000, le capital-actions de CHF 250'000.- ainsi que les réserves et les reportés de résultats pour un montant de CHF 50'000.-

Reto Werlen, représentant de l'organe de révision Quadis Revisionen AG, prend la parole et confirme aux participants la bonne tenue des comptes de la Matterhorn Region SA.

Damian Constantin reprend la parole et, au nom du conseil d'administration, propose l'approbation des comptes annuels. La proposition est acceptée sans opposition ni abstention. Ensuite, le vote sur la décharge des organes responsables a lieu. La décharge est également acceptée sans opposition ni abstention.

Damian Constantin remercie l'ensemble du conseil d'administration pour le travail bénévole accompli au cours de l'année écoulée.

5. Perspectives 2023

Christian Schwab reprend la parole et présente les perspectives pour l'année 2023. La situation de départ est similaire à celle de l'année précédente. En 2023 également, des facteurs externes influenceront les activités de la MRAG. Le manque de main-d'œuvre qualifiée, la crise énergétique ainsi que les taux d'inflation dans différents marchés cibles auront ainsi un impact significatif en 2023. S'ajoutent à cela diverses tendances et changements dans le comportement de consommation des clients. Il convient de prendre en compte en particulier la question de la durabilité en tant que mégatendance mondiale. Il est également important de noter que les clients réservent de plus en plus leurs voyages à court terme. Une évolution positive est toutefois observée : la durée moyenne de séjour s'allonge. Un autre point crucial à suivre, en particulier en ce qui concerne les ventes, est le « social commerce », c'est-à-dire la vente et la distribution d'offres et de services via les médias sociaux.

Les investissements prévus sur les marchés pour 2023 s'élèvent à un million de francs suisses pour les marchés de proximité et à CHF 770'000.- pour les marchés lointains. L'objectif est d'atteindre un chiffre d'affaires de deux millions de francs dans le secteur B2B et de CHF 420'000.- pour le B2C.

Afin de relever au mieux les défis, de tirer parti des opportunités mentionnées ci-dessus et d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires correspondants, la MRAG met l'accent en 2023 sur les quatre domaines principaux suivants.



Gestion des partenaires :

La communication avec les partenaires doit continuer à être proactive, afin de répondre au mieux à leurs besoins et de les maintenir constamment satisfaits. De plus, la proximité opérationnelle avec les partenaires doit être renforcée. Cela inclut notamment des formations sur l'utilisation de la plateforme B2B, dans le but d'accroître les compétences et les connaissances des partenaires et de leur faire prendre conscience de l'importance d'améliorer la qualité des offres. Étant donné que les contrats avec les partenaires actuels expirent fin 2024, un contact proactif sera établi individuellement avec chaque partenaire pour discuter de la collaboration actuelle. L'objectif est de convaincre les partenaires de poursuivre la collaboration avec la MRAG et de signer ainsi une prolongation de contrat.

Offre :

En 2023, le projet « Stratégie d'offre » est au centre des préoccupations, en collaboration avec une agence externe et diverses destinations partenaires valaisannes. Le projet examine différents aspects de la distribution, allant du développement d'offres attractives à l'amélioration de la place de marché digitale, en passant par l'acquisition de compétences et la promotion de la collaboration avec les partenaires. L'objectif est d'avoir un portefeuille d'offres attractives qui répondent à la demande et aux besoins des clients. De plus, les offres devraient également encourager le développement et l'expansion du tourisme quatre saisons en Valais.

Distribution et systèmes :

En 2023, les activités de distribution et les systèmes seront optimisés. D'une part, une analyse sera effectuée sur la manière dont la MRAG mène ses activités de vente en tant qu'entreprise, ainsi que sur les canaux et systèmes utilisés à cet effet. Les objectifs de ces analyses et optimisations sont de mieux comprendre le comportement des clients, d'optimiser l'utilisation des ressources, de répondre aux attentes en termes de chiffre d'affaires et d'harmoniser les processus et les flux de travail.

Préparation de la MRAG pour le futur :

Afin de préparer la MRAG pour le futur, plusieurs initiatives seront prises, comme la révision du modèle de travail des marchés. De nouvelles approches seront examinées afin d'augmenter la flexibilité pour les partenaires et de répondre, de manière plus ciblée, à leurs besoins. De plus, le modèle de contribution sera affiné pour garantir à la fois la viabilité financière pour les partenaires et la couverture des coûts fixes. Enfin, la position de la MRAG vis-à-vis des partenaires, des parties prenantes et, plus généralement, à l'externe, sera clarifiée. Une campagne d'information correspondante sera lancée.

Un élément central de cette campagne d'information est un film explicatif sur la MRAG. Christian Schwab annonce le film et le diffuse. Le film est présenté d'abord en français, puis en haut-valaisan et est salué par les participants par des applaudissements.

Ensuite, Damian Constantin prend la parole. Il remercie l'équipe opérationnelle de la MRAG et Benoît Schmid (responsable de la mise en œuvre graphique) pour la réalisation du film.

6. Elections statutaires

Damian Constantin présente les élections statutaires. Quadis Revisionen GmbH est élue pour une année supplémentaire en tant que réviseur, conformément aux statuts.

Damian Constantin aborde ensuite la prolongation des mandats des membres du conseil d'administration. Philippe Sproll (directeur Aletsch Arena), Mathias Supersaxo (directeur Saastal Tourismus AG), Urs Zurbruggen (directeur My Leukerbad AG), Marco Tacchella (responsable des partenariats stratégiques MGB), Damian Constantin (directeur Valais/Wallis Promotion) et Henri-Pierre Galletti (président Région Dents du Midi) sont unanimement réélus dans leurs fonctions en tant



qu'administrateurs de la MRAG pour les quatre prochaines années. Damian Constantin est également réélu en tant que président pour la prochaine période quadriennale.

7. Divers

Damian Constantin annonce la date de l'assemblée générale 2023 de la MRAG. Celle-ci aura lieu le 17 avril 2024. Damian Constantin exprime sa gratitude envers le conseil d'administration, les partenaires et toute l'équipe de la MRAG pour leur collaboration et leurs performances au cours de l'année écoulée, ainsi que pour leur soutien actif dans la promotion des produits valaisans sur les marchés cibles. Il remercie également les actionnaires de leur présence et clôture ensuite la réunion.

Damian Constantin
Président du Conseil d'Administration

Alain Lagger
Procès-verbaliste

Sion, le 23 mars 2023