



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

## Procès-verbal de l'assemblée générale 2024.

**Date :** Mercredi 17 avril 2024, 10h30

**Lieu :** Restaurant Le Bourgeois, Av. du Rothorn 2, 3960 Sierre

**Membres présents :** 63,16 % des actions représentées

### Ordre du jour

1. Ouverture de l'assemblée générale
2. Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 23 mars 2023
3. Rapport de gestion 2023
4. Comptes 2023
  - a. Présentation
  - b. Rapport des réviseurs
  - c. Décharge
5. Perspectives 2024
6. Élections statutaires
7. Divers

### 1. Ouverture de l'assemblée générale

Damian Constantin (DC) ouvre l'assemblée générale de la Matterhorn Region SA (MRAG) et souhaite la bienvenue aux actionnaires présents. Il salue en particulier les membres du Conseil d'Administration : Marco Tacchella (Matterhorn Gotthard Bahn), Philippe Sproll (Aletsch Arena), Matthias Supersaxo (Saas-Fee/Saastal), Henri-Pierre Galletti (Région Dents du Midi) et Urs Zurbriggen (My Leukerbad AG). Ensuite, il présente l'ordre du jour qui est accepté sans commentaire. Avec 1'579 des 2'500 actions représentées, l'assemblée générale est dûment constituée et habilitée à délibérer.

DC s'adresse aux personnes présentes et fait une brève rétrospective de l'année écoulée. 2023 a été marquée par une reprise significative des marchés mondiaux. Grâce à l'engagement continu de la MRAG sur les marchés proches et lointains, le Valais a pu profiter de cette reprise. Malgré la situation économique et géopolitique actuelle, la demande mondiale pour des séjours en Valais a fortement augmenté cette année. Grâce à sa volonté de réunir ses compétences et ses ressources ainsi que celles de ses onze partenaires sous la marque Valais, la MRAG a pu capitaliser sur ce rattrapage de la clientèle internationale. Elle a ainsi fait les bons choix stratégiques, tant de manière autonome qu'en collaboration avec Suisse Tourisme, pour faire face à la volatilité des marchés.

2023 a également été une année décisive pour préparer l'avenir de la promotion pour les années 2025 à 2028. Les contrats de prestations avec les partenaires arrivant à échéance fin 2024, la MRAG a rencontré chacun d'entre eux afin de s'assurer de la poursuite des offres pour la prochaine période quadriennale. La MRAG a également profité de l'occasion pour adapter son modèle d'entreprise afin, notamment, d'être plus flexible et de déployer un potentiel d'impact encore plus important. Les excellents résultats de 2023 ont contribué à mettre en évidence la valeur ajoutée de la MRAG pour ses partenaires.



Pratiquement tous les partenaires ont donc renouvelé leur contrat. La MRAG se réjouit de poursuivre ses activités internationales sous la marque Valais et compte sur le soutien de ses nombreux partenaires, de son Conseil d'administration et des équipes en charge de l'Europe et des marchés lointains.

DC explique ensuite que la MRAG, en tant que centre de compétences de VWP, regroupe les capacités existantes dans le canton en matière de promotion et de commercialisation, afin de renforcer et de promouvoir la présence internationale du Valais, en collaboration avec les partenaires. Cette approche crée une triple valeur ajoutée : 1. par les réservations via la plateforme B2B, 2. par les réservations directement auprès des différents prestataires et 3. par la promotion de la région et de ses partenaires. Il faut toujours garder à l'esprit que la promotion internationale fonctionne en premier lieu par la publicité des produits. Dans ce contexte de forte concurrence, le Valais s'oriente particulièrement vers leur qualité, leur différenciation et leur disponibilité. L'ensemble de l'expérience client doit être considéré de manière globale, car elle est multiple et complexe. En conséquence, le marketing doit s'orienter en priorité sur les besoins des clients. Dans sa fonction de centre de compétences cantonal, la MRAG soutient la stratégie touristique du canton en faisant avancer la digitalisation dans le tourisme, en promouvant le tourisme quatre saisons, en générant de la valeur ajoutée pour l'économie valaisanne et en exploitant les effets de synergie.

Pour conclure, DC remercie les partenaires et les actionnaires de la MRAG ainsi que le Conseil d'Administration et l'équipe opérationnelle pour le travail accompli au cours de l'année écoulée.

## **2. Procès-verbal de l'Assemblée Générale du 23 mars 2023**

La lecture du procès-verbal de l'année précédente est omise, celui-ci ayant été mis à disposition des membres avant la réunion. Il est adopté à l'unanimité sans commentaire.

## **3. Rapport de gestion 2023**

Christian Schwab (CS) prend la parole et salue les participants. Il rappelle une fois encore que la tâche principale de la MRAG est de regrouper, en tant que centre de compétence global, les offres des destinations et des prestataires en Valais puis de les promouvoir et de les vendre au niveau international. Ce faisant, la MRAG poursuit toujours, avec ses partenaires, les objectifs stratégiques suivants : accroître la notoriété du Valais, positionner le canton en tant que destination attractive, augmenter le nombre de visiteurs en Valais et générer une plus-value économique grâce à une augmentation du chiffre d'affaires.

CS présente ensuite les principaux chiffres de l'exercice écoulé. Le nombre de nuitées hôtelières en Valais a légèrement augmenté par rapport à l'année précédente. En 2023, l'hôtellerie a enregistré 4'479'096 nuitées. Avec environ 55% de parts de marché, le marché domestique suisse reste le marché le plus fort, mais il a perdu environ 5 points de pourcentage par rapport à 2022. Avec environ 25% de parts de marché, les marchés de proximité sont restés au niveau de l'année précédente, avec seulement de légères variations. Ainsi, le nombre de nuitées en provenance d'Italie et des pays du Benelux a légèrement augmenté, tandis que les pays nordiques et le Royaume-Uni ont enregistré un léger recul. Les marchés lointains ont vu leur part de marché passer de 14% en 2022 à plus de 20% en 2023, notamment grâce à une forte progression des arrivées en provenance de Chine, de Corée du Sud et des marchés du Sud-Est asiatique. Les nuitées des visiteurs d'Amérique du Nord ont également augmenté de plus de 40% par rapport à l'année précédente.



En 2023, la MRAG a encadré 115 voyages de presse réunissant un total de 317 journalistes ainsi que 27 Fam Trips avec 152 participants. En ce qui concerne le trafic web sur valais.ch, environ 25% des visiteurs proviennent toujours des marchés de proximité et lointains.

Les mesures de promotion de la MRAG ont permis d'obtenir des résultats extrêmement positifs en matière de nuitées, de couverture médiatique et de trafic sur valais.ch, mais aussi un résultat record dans le secteur d'activité B2B. En 2023, un chiffre d'affaires de plus de CHF 3,8 millions a été réalisé, ce qui correspond à une multiplication par trois fois et demie par rapport à 2022. Les principaux moteurs de cette croissance ont été avant tout les marchés asiatiques. Le marché le plus fort a été Taïwan, avec un chiffre d'affaires de plus de CHF 1,8 million. Les marchés de Singapour, de la Corée, de la Malaisie, de la Thaïlande et de la Chine ont également enregistré des résultats réjouissants. Une évolution positive a également pu être constatée sur les marchés de proximité, bien que leurs chiffres d'affaires restent actuellement encore nettement inférieurs.

En 2023, la situation sur les marchés de proximité a été fortement marquée par l'inflation et la crise énergétique. Néanmoins, un besoin de rattrapage après les années de pandémie était clairement perceptible. La nature constitue un motif de voyage important pour les clients européens. Les réservations se font de plus en plus à court terme et la sensibilité en matière de prix et de qualité a considérablement augmenté. En tenant compte de ces réalités du marché et des besoins des clients, la MRAG a mis l'accent sur des campagnes numériques et thématiques dans la prospection du marché en 2023. Les contacts avec les voyageurs ont également été intensifiés. Outre l'activation des périodes de voyage typiques que sont l'été, l'automne et l'hiver, le tourisme quatre saisons a également été encouragé de manière ciblée.

Sur les marchés lointains, l'ambiance générale était très positive l'année dernière. L'inflation et les événements en Europe n'ont eu que peu d'influence sur le comportement des voyageurs. Cela s'est également reflété dans la hausse des chiffres des marchés asiatiques et dans le résultat record des États-Unis. Contrairement aux marchés de proximité, les marchés lointains ont clairement mis l'accent sur les ventes directes par le biais des gestionnaires de marché locaux.

Pour conclure, CS remercie les partenaires et les actionnaires pour la confiance qu'ils ont placée dans l'équipe opérationnelle de la MRAG et donne la parole à DC. Celui-ci propose aux actionnaires présents d'approuver le rapport annuel 2023. La proposition est adoptée sans opposition ni abstention.

#### **4. Comptes 2023**

CS présente les comptes annuels de la MRAG.

Les comptes annuels 2023 de la MRAG présentent un bénéfice de CHF 2'921.15 pour des dépenses d'un montant de CHF 6'782'925.78 et des recettes d'un montant de CHF 6'785'846.93. Tant les recettes que les dépenses ont fortement augmenté par rapport aux comptes annuels 2022. Cela s'explique principalement par la croissance des ventes dans le secteur B2B, qui ont permis de réaliser un chiffre d'affaires de plus de CHF 3,8 millions. Grâce à une bonne planification des dépenses de promotion, l'année de référence se termine sur un léger bénéfice.



Les contributions des partenaires, d'un montant total de 2'468'500.- francs, représentent 36,4% des recettes. La vente de produits et de services touristiques s'élève à CHF 3'838'800.- dans le secteur B2B (+254% par rapport à 2022) et à CHF 456'500.- dans le secteur B2C (+5% par rapport à 2022). La provision pour pertes sur débiteurs a été ajustée à CHF 50'000.-. Les autres recettes provenant de participations à des activités de promotion s'élèvent à CHF 21'000.-.

Comme la MRAG s'appuie sur les compétences et les ressources de ses partenaires ainsi que sur les mandats de promotion, la vente et le suivi des réservations s'élèvent à CHF 1'262'700.-. Les coûts du système de réservation s'élèvent à CHF 191'800.- et concernent principalement les licences, les commissions, la maintenance du système et les développements pour optimiser la plateforme.

L'activité principale de la MRAG est la mise en œuvre d'activités de promotion et de vente pour le Valais et ses partenaires sur les marchés internationaux où elle est active. Les coûts de commercialisation résultent de la collaboration avec Suisse Tourisme ainsi que des actions propres à la MRAG et s'élèvent à CHF 1'123'800.-. En 2023, la MRAG a également pu compter sur le soutien de la Confédération au tourisme sous la forme d'un crédit de plus de CHF 290'000.- auprès de Suisse Tourisme.

Afin de répondre à la demande de nos clients B2B et B2C et de créer des offres, la MRAG a acheté en 2023 des prestations touristiques en Valais pour plus de CHF 4 millions. Il s'agit aussi bien de prestations hôtelières, de frais de transport et de restauration que de locations de matériel, de visites de musées ou de visites de groupes. Les encaissements par carte de crédit pour les ventes sur la place de marché numérique génèrent des coûts de plus de CHF 34'200.-.

Le total du bilan au 31 décembre 2023 s'élève à CHF 823'739.29. L'actif se compose des liquidités disponibles de plus de CHF 230'000.- et des comptes de régularisation actifs de plus de CHF 560'000.-. Le passif comprend les créances au 31 décembre 2023 d'un montant d'environ CHF 475'000.-, les avances de clients de CHF 32'000.-, le capital-actions de CHF 250'000.- ainsi que les réserves et les résultats reportés d'un montant de près de CHF 55'000.-.

Reto Werlen, représentant de Quadis Revisionen AG, atteste la conformité des comptes de la MRAG et recommande leur approbation.

DC propose à l'assemblée d'approuver les comptes annuels au nom du Conseil d'Administration. Cette proposition est approuvée à l'unanimité. Vient ensuite le vote sur la décharge des organes responsables. La décharge est également approuvée sans refus ni abstention.

DC remercie l'ensemble du Conseil d'Administration pour le travail accompli au cours de l'exercice écoulé.

## 5. Perspectives 2024

CS prend la parole et présente les perspectives pour l'année à venir. En 2024, les différents modes de fonctionnement des marchés de proximité et des marchés lointains seront pris en compte dans le travail du marché. Alors que sur les marchés de proximité, l'accent sera mis en priorité sur la communication et la promotion, sur les marchés lointains, les ventes directes continueront d'être mises en avant par les market managers. Sur les investissements purement marketing d'un montant de 1,36 million de francs, 60% seront investis dans les marchés de proximité et 40% dans les marchés lointains. La priorité



accordée aux différents marchés et aux thèmes communiqués ne change pas par rapport à l'année précédente.

Sur les marchés de proximité, en 2024, la MRAG se concentrera en premier lieu sur le marketing digital et sur la création et le développement de relations avec les médias. De plus, il sera essentiel d'accroître la part des réservations B2B issue des marchés offrant un potentiel de croissance significatif. Le traitement des marchés de proximité se fera au moyen de campagnes saisonnières et thématiques, de partenariats ciblés ainsi que d'une gestion soigneusement planifiée des contacts clés aux niveaux médiatique et commercial.

Sur les marchés lointains, l'accent sera mis en 2024 sur l'augmentation du chiffre d'affaires par le biais de la vente directe, de l'exploitation des relations avec les médias stratégiques, de la gestion optimisée des principaux contacts commerciaux ainsi que du e-marketing.

CS termine les perspectives pour l'année 2024 et passe à celles pour 2025-2028. Pour la nouvelle période contractuelle à partir de 2025, les contrats ont pu être prolongés avec presque tous les partenaires de la MRAG. Brig-Simplon rejoindra l'Aletsch Arena avec Blatten-Belalp et, dans le cadre du partenariat avec la MRAG, se présentera unie en tant que Aletsch Kollektiv sous la marque Aletsch Arena. Il y a également un changement dans le partenariat avec Nendaz-Veysonnaz. Veysonnaz ne sera plus en association avec Nendaz à partir de 2025 et ne sera donc plus partenaire de la MRAG. Le partenariat avec Nendaz a, cependant, été confirmé. Finalement, Thyon Région a décidé de dissoudre le partenariat à partir de la fin de l'année 2024 et ne fera donc plus partie de la MRAG pour la nouvelle période contractuelle.

Le portefeuille de marchés pour les années 2025-2028 a été analysé et confirmé avec les partenaires. La MRAG continuera donc à travailler de manière proactive sur les mêmes marchés à partir de 2025. Pour la période 2025-2028, une stratégie de distribution individuelle a été élaborée avec chaque partenaire dans le cadre du partenariat avec la MRAG. Celle-ci comprend les orientations stratégiques et les priorités du partenaire et définit les marchés et thématiques à privilégier. Des objectifs communs ont également été définis dans le cadre de cette stratégie, sur la base desquels le succès de la collaboration avec la MRAG peut être discuté et évalué.

CS conclut les perspectives et donne la parole à DC. Ce dernier remercie l'équipe opérationnelle de la MRAG et les partenaires pour leur engagement et souligne que des thèmes tels que la stratégie de distribution par partenaire constituent des étapes importantes dans la professionnalisation constante de la MRAG.

## **6. Élections statutaires**

Les élections statutaires sont présentées par DC. Après plus de six ans d'engagement, Marco Tacchella quitte son poste de vice-président du Conseil d'Administration de la MRAG. En tant qu'un des initiateurs et membres fondateurs de la Matterhorn Region AG, il a été présent dès le début. DC le remercie au nom de l'ensemble de la MRAG pour son engagement sans faille et lui souhaite le meilleur pour son avenir professionnel et privé. Marco Tacchella exprime sa gratitude envers le Conseil d'Administration et les partenaires pour ces années de collaboration fructueuse et constructive.



DC propose ensuite aux actionnaires présents la candidature de Sandra Zenhäusern, directrice du marketing et de la distribution de la Matterhorn Gotthard Bahn, pour succéder à Marco Tacchella et intégrer le Conseil d'Administration de la MRAG. L'élection de Sandra est acceptée à l'unanimité et saluée par des applaudissements.

Comme Marco Tacchella occupait la vice-présidence du Conseil d'Administration de la MRAG, celle-ci doit également être repourvue. DC propose l'élection de Matthias Supersaxo, directeur de Saastal Tourismus AG et déjà membre du Conseil d'Administration de la MRAG, à la vice-présidence. Cette élection est également acceptée à l'unanimité et saluée par des applaudissements.

La composition suivante du conseil d'administration de la MRAG est approuvée à l'unanimité par les actionnaires présents :

- Président : Damian Constantin, directeur de Valais/Wallis Promotion
- Vice-président : Matthias Supersaxo, directeur de Saastal Tourismus AG
- Membre : Urs Zurbriggen, CEO de MyLeukerbad AG
- Membre : Philippe Sproll, directeur d'Aletsch Arena AG
- Membre : Henri-Pierre Galletti, président de Région Dents du Midi SA
- Membre : Sandra Zenhäusern, directrice Marketing & Ventes de la Matterhorn Gotthard Bahn

Vient ensuite l'élection de l'organe de révision. Conformément aux statuts, Quadis Revisionen GmbH est réélu pour une année supplémentaire par l'assemblée en tant qu'organe de révision.

## 7. Divers

DC remercie le Conseil d'Administration, les partenaires et toute l'équipe de la MRAG pour leur collaboration, leurs prestations durant l'année écoulée ainsi que pour leur soutien actif dans la commercialisation des produits valaisans sur les marchés cibles. Il exprime également sa gratitude aux actionnaires pour leur présence avant de clôturer l'assemblée.

Damian Constantin  
Président du Conseil d'Administration

Alain Lagger  
Procès-verbaliste

Sion, le 17 avril 2024