

Société de Développement de Nendaz

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 27.01.2025

Ouverture de l'assemblée générale à 19h07 par le président, Beat Eggel (BEG). Au nom du comité de la Société de Développement (SD) de Nendaz, il souhaite la bienvenue aux membres et les remercie pour leur présence. L'assemblée a été convoquée conformément aux statuts, par convocation nominative des membres et par parution dans le bulletin officiel du vendredi 27 décembre 2024.

1. Contrôle des présences et nomination des scrutateurs

Nous dénombrons 24 membres présents ou représentés. Les membres suivants sont excusés : *Bornet Jean-Jacques, Délèze Marylou, Fournier Jean-Marie, Gaby Sport, Grande Dixence SA, Micheloud Carine Thérapeute, Neige Aventure, Raiffeisen Sion et Région, Renovacolor SA, Schaller Claude Adrien et Société de Développement de Veysonnaz*. Conformément aux statuts, l'assemblée peut délibérer valablement, indépendamment du nombre de membres présents.

Sur proposition du président, l'assemblée générale accepte la nomination de Mme Emilie Mariéthoz et M. Loïc Le Deunff en tant que scrutateurs.

2. Ouverture de l'assemblée générale par le Président

BEG ouvre l'assemblée et fait le bilan de l'exercice 2023-24. Le secteur touristique a été grandement influencé par plusieurs facteurs externes (conditions météorologiques, taux de change, conjoncture internationale, forte concurrence) ce qui a eu un impact défavorable, principalement sur la période estivale. Avant cela, la saison hivernale s'est vue portée par une augmentation des nuitées et des journées skieurs. BEG se veut optimiste pour l'avenir de la destination, même si la marge de progression est encore importante. En effet, les périodes de haute-saison et les weekends sont bien occupés mais il y a du potentiel sur les autres périodes. C'est un des éléments principaux sur lesquels les instances touristiques se concentrent. Pour y parvenir, il faut notamment poursuivre le développement des infrastructures et des offres au sein de la destination (hôtels, piste de VTT, luge d'été, offre de séminaires, activités d'intérieur en cas de mauvais temps...).

3. Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 23 janvier 2024

Le Président rappelle que le procès-verbal de l'AG ordinaire du 23 janvier 2024 est à disposition des membres sur le site de Nendaz Tourisme (NT) depuis le 9 janvier. L'assemblée générale ne demande pas la lecture du PV susmentionné et l'accepte, à l'unanimité, tel que rédigé.

4. Présentation du rapport d'activités de l'exercice 2023-24

BEG annonce que le rapport de gestion est disponible via les codes QR répartis dans la salle ou en ligne sur le site de Nendaz Tourisme. Il passe la parole à M. Baptiste Constantin (BCO), directeur de NT. BCO souhaite la bienvenue à l'assemblée et remercie l'Hôtel Nendaz 4 Vallées pour son accueil ainsi que pour l'apéritif servi en fin d'assemblée.

Stratégie

BCO rappelle que les activités stratégiques de Nendaz Tourisme reposent sur la stratégie 2024-28 élaborée en collaboration avec les partenaires de Nendaz Tourisme SA que sont la SD, la Commune de Nendaz, NV Remontées mécaniques SA et l'Association des Artisans et Commerçants de Nendaz (AACN). Elle définit :

- Une vision commune : *Notre vision commune est de faire de Nendaz une destination durable et dynamique, réputée pour ses loisirs de montagne annuels et la qualité de ses expériences !*
- Une mission commune : *Notre mission est de développer l'économie touristique sur l'ensemble de l'année en favorisant les entreprises, les commerces et les emplois locaux et en offrant des prestations de qualité !*

En résultent pour Nendaz Tourisme :

- Des principes : *attirer des hôtes grâce aux éléments qui nous différencient/fidéliser grâce à la diversité de nos activités*
- Des publics cibles : *sportif actif/famille active/amoureux de la nature*
- Des activités stratégiques : *Marketing & Communication, Accueil & Information, Animations & Evénements*

BCO présente les collaborateurs de Nendaz Tourisme et remercie l'équipe opérationnelle.

Développement de produits

Annick Loos (ALO), responsable marketing de NT, prend la parole et présente le projet ambitieux, fruit de plusieurs années de travail, de la mascotte famille, Cheesy :

- 2019 : création de la mascotte afin de renforcer le positionnement familial de la destination ;
- 2021 : réalisation d'un benchmark via l'entreprise Rubio Consulting, entreprise spécialisée dans les domaines de l'innovation et du marketing destiné aux familles. Il a été relevé que Cheesy manquait de cohérence visuelle et d'une histoire forte et attractive pour captiver le jeune public. Il est décidé d'entreprendre une refonte complète de l'univers visuel de la mascotte pour mieux répondre aux attentes des familles et des enfants ;
- 2022 : mise sur pied d'un groupe de travail incluant des experts locaux et des collaborateurs de NT pour repenser les fondamentaux de Cheesy ;
- 2023 : conception de l'identité et de l'histoire de Cheesy. Les histoires sont présentées aux élèves des écoles primaires et enfantines de Basse-Nendaz et de trois écoles suisses-alsaciennes afin d'affiner le contenu et d'identifier l'histoire préférée des enfants ;
- 2024 : élaboration des illustrations, des visuels et du livre « Cheesy et le sac à dos magique » via l'agence ND Création Visuelle Sàrl. Lancement officiel de la mascotte et protection de la marque.

ALO présente ensuite plusieurs réalisations faites par NT (livre de Cheesy, costume, peluche, Beach flag, set de table, empreinte de sabot, obstacles pour jardin des neiges, autocollants...) et invite Cheesy, qui fait une apparition dans la salle.

Elle enchaîne sur la présentation du Village de Cheesy qui a eu lieu durant 37 jours en 2024. Le village a permis d'accueillir une moyenne de 120 enfants par jour avec un taux de satisfaction de 87%. 2'986 entrées ont été vendues (augmentation de +4.2% vs 2023) et CHF 103'800.- ont été dépensés pour les infrastructures, les animations et la communication.

BCO reprend la parole et présente le sondage réalisé en 2022 auprès des familles : 40% d'entre elles choisissent Nendaz par recommandation et 60% pour les offres familles. Cette clientèle, en quête d'expériences typiques, est attirée à Nendaz pour l'esprit familial de la destination et la qualité du domaine skiable.

Marketing & Communication

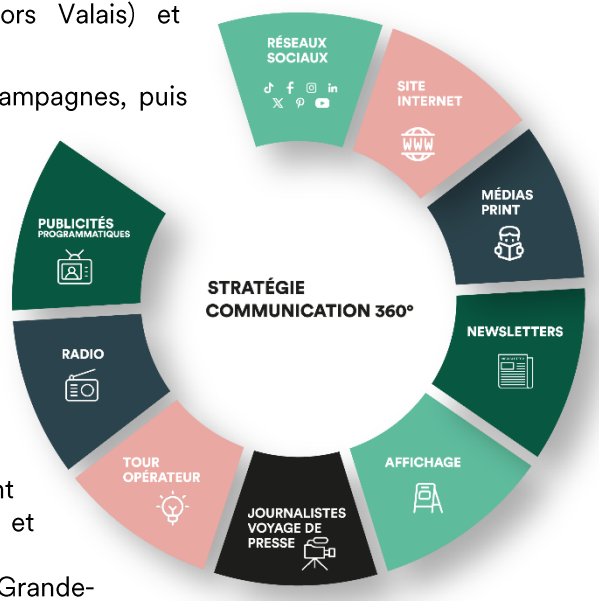
La mission principale de l'équipe Marketing & Communication est d'accroître la notoriété et la visibilité de la destination de Nendaz au niveau national (hors Valais) et international.

La première étape consiste à définir l'objectif des campagnes, puis d'utiliser une large palette d'outils et de moyens de communication dans l'idée d'une diffusion à 360° (voir schéma ci-contre).

ALO explique le concept de funnel de vente, soit les étapes qu'un client potentiel traverse avant de devenir un client réel; précisant que NT se concentre sur les deux premiers points que sont l'attention et l'intérêt; la suite du parcours clients (décision et action) s'effectuant de manière directe auprès des prestataires.

En 2024, les marchés suivants (par ordre de priorité) ont été travaillé, en partenariat avec Suisse Tourisme et Matterhorn Region AG (MRAG):

1. Pays-Bas, France, Belgique, Allemagne et Grande-Bretagne;
2. Suisse;
3. Amérique du Nord, Asie du Sud-Est.



Le secteur Marketing & Communication promeut principalement les USP (propositions uniques de vente) de la destination et les offres développées en collaboration avec les partenaires. La responsable marketing donne ensuite deux exemples de campagnes réalisées autour d'offres :

- *Ski&Sleep* : réseaux sociaux avec contenus gratuits et publicités payantes via les canaux de NT et de Suisse Tourisme/page d'offre sur le site/Print (Berner Zeitung, NZZ, 20 Minuten, Nouvelliste (via le budget de NVRM))/newsletter marketing de NT (8000 abonnés) et newsletter du Ski Club of Great Britain (60'000 abonnés)/Affichage durant deux semaines en gare de Berne, Aarau, Zurich, Olten/mention dans le dossier de presse (distribution aux médias en visite à Nendaz)/tour-opérateurs (newsletter en Pologne et République Tchèque)/importante campagne de publicité programmatique. ALO revient plus en détail sur la campagne de publicité programmatique réalisée dans le but de générer de l'engagement et des clickouts ainsi que d'augmenter la visibilité et la notoriété de Nendaz. Un montant de CHF 18'000.- a été investi sur les marchés suivants : Suisse, Belgique, Royaume-Uni, Nordics. Cette campagne a généré 43'590 visites sur le site de Nendaz Tourisme et 5'294 clickouts vers des sites de partenaires.
- *Bon plan famille* : concentration essentiellement sur les réseaux sociaux et la publicité native. Cette campagne a généré 20'239 visites sur le site de Nendaz Tourisme et a permis à 198 familles et 406 enfants de 6 à 15 ans de bénéficier de cette offre.

D'autres actions ont également été entreprises sur les marchés par le secteur :

- Branding de la locomotive CFF : 2 millions de personnes touchées par les articles de presse y relatifs, 556 jours de visibilité (plus que prévu) et création d'un modèle réduit ;
- Travail avec une agence de communication flamande : visite de 4 journalistes et d'une influenceuse pour un coût de CHF 10'000.- et un retour de € 149'000.- en valeur publicitaire – retour nettement plus important que prévu par le package grâce une grande satisfaction des journalistes présents ;
- Vidéo réalisée en partenariat avec la MRAG pour une diffusion sur les canaux du groupe l'Equipe en avril et mai 2024, ainsi qu'un article dans le magazine l'Equipe et un post Facebook sur leur réseau
- Participation à la campagne de la MRAG « Les visages du Valais » (avec Amandus Amacker) diffusé en Grande-Bretagne dans le Snow Magazine (online et print) puis repris par d'autres magazines spécialisés « outdoor et ski ».

NT a choisi l'option stratégique de travailler proactivement le segment MICE. ALO explique que, compte tenu des infrastructures disponibles à Nendaz, l'idée est de se concentrer sur la partie séminaires et incentives pour des groupes de 10 à 70 personnes, dans un premier temps sur le marché suisse, avec l'idée

de prospecter aussi à l'international. Une brochure MICE a été élaborée et Nendaz Tourisme est entré dans une phase de démarchage proactif.

Finalement, ALO inventorie les 7 réseaux sociaux sur lesquels NT est présent en précisant que chacun a son propre type de contenu, son propre langage et vise un public bien précis :

Réseau social	Chiffres	Remarques
Facebook	44'659 abonnés	Public : +35 ans, en demande d'informations concrètes
Instagram	20'235 followers	Posts avec de belles images pour inspirer/stories avec des informations plus concrètes
Tik Tok	1'995 abonnés	Public : les jeunes ; contenu vidéo axé plutôt divertissement qu'information
X	3'503 abonnés	Décision d'y rester actif car utilisé par les journalistes ; approximativement le même contenu que sur Facebook
Linkedin	1'735 abonnés	Informations institutionnelles et nouveautés de la destination
Youtube	493 abonnés	Pour l'instant, réseau utilisé juste comme « espace de stockage » et ne figurant pas dans la stratégie
Pinterest	3'400 visites par mois	Proposition d'activité avec jolie photo deux fois par mois

Les deux thématiques qui ont généré le plus d'interactions, de manière générale, sont les photos des aurores boréales et le contenu relatif au baptême de l'avion Nendaz de la compagnie Swiss.

BCO reprend la parole pour présenter quelques faits et chiffres concernant l'année touristique 2023-24 :

- +1.9% de nuitées commerciales (252'624) malgré le contexte économique peu favorable. Trend positif mais niveau pré-Covid de 2019 pas encore atteint. BCO note que l'indicateur global des nuitées est de plus en plus controversé dans le milieu touristique.
- Part des nuitées par saison : Hiver 64,7% ; Eté 26,7% ; Automne 8,6%.
- Entre 2023 et 2024, augmentation de 4% de la part de clientèle issue des marchés étrangers de proximité (Benelux, France, Allemagne, Royaume-Uni).
- +44% de prestations vendues via NT, valais.ch et MRAG pour un chiffre d'affaires de CHF 263'132.-.
- Décision de poursuivre la collaboration avec la MRAG pour la période 2025-28 ce qui permet d'alterner des campagnes marketing de notoriété et des campagnes autour de produits.

Accueil & Information

BCO présente la mission principale du secteur Accueil & Information qui est d'élaborer et de mettre en œuvre un concept global et qualitatif d'accueil et d'information pour les hôtes dans le but de les renseigner, de les inspirer et de les orienter vers les activités et les services pertinents pour eux.

Le guichet d'information a été ouvert durant 350 jours avec 12'086 interactions annuelles, soit 34.5 interactions journalières en moyenne. 94% des hôtes, provenant de 48 pays différents, sont satisfaits par le service d'information de Nendaz Tourisme.

BCO enchaîne sur les statistiques liées au secteur, disponibles de manière détaillée dans le rapport d'activités 2023-24 dès la page 16.

Animations & Événements

La mission principale du secteur Animations & Événements est de proposer et de mettre en œuvre un programme d'animations et d'événements varié et pertinent pour les diverses clientèles cibles.

NT crée tout au long de l'année un programme d'activités et d'animations en lien avec l'esprit de Nendaz (actif, montagnard, familial et authentique). En 2024, 37 animations différentes, 10 offres d'activité et 10 chasses au trésor ont été conçues et organisées en accord avec notre concept d'animations basé sur les valeurs de Nendaz.

Afin d'amener une dynamique positive pour développer les activités et les événements dans la destination et inciter les acteurs locaux (population, associations, sociétés locales, commerçants, etc.) à organiser des

animations, des manifestations et des événements, une politique de soutien aux événements locaux a été élaborée. En 2024, NT a octroyé des soutiens à 31 manifestations et événements locaux et participé financièrement à hauteur de CHF 463'894.- (soutien financier 75.1% du montant, heure de personnel 19.5%, dons de merchandising 1%, prêts de matériel 2.3% et hébergement 2.1%).

L'enveloppe globale dédiée au soutien financier des événements locaux a augmenté de 220% depuis 2018. Le nombre d'heures consacrées par les collaborateurs de NT à l'appui des comités externes pour l'organisation de manifestations et d'événements a progressé de 50% sur la même période. En 2024, ces heures représentent l'équivalent d'un poste annuel à 80% dédié aux événements locaux.

BEG remercie l'équipe de Nendaz Tourisme pour leurs présentations et interpelle la salle pour des questions ou des remarques. Aucune question concernant le rapport d'activité 2023-24 n'est soulevée.

5. Présentation des comptes de l'exercice 2023-24

BCO commente les comptes 2024 présentés dès la page 20 du rapport d'activités 2023-24.

Le compte de résultats 2024 se clôture avec des produits pour CHF 1'873'230.45 et des charges pour CHF 1'915'116.35. L'exercice sous revue se clôture donc avec une perte nette de CHF 41'885.90 qui porte ainsi le bénéfice reporté au bilan à CHF 121'333.95. D'importants amortissements (plus de CHF 46'000.-) expliquent cette perte. Le bilan au 31.10.2024 est ensuite présenté. Il affiche un total d'actif et de passif de CHF 1'375'430.65.

Aucune question concernant les comptes 2023-24 n'est soulevée.

6. Présentation du rapport de l'organe de révision

M. Samuel Abbet, représentant de la Fiduciaire des Alpes à Vétroz, organe vérificateur des comptes de la société, donne lecture de son rapport et confirme que les comptes ont été vérifiés et qu'ils sont conformes aux normes et aux exigences comptables.

7. Approbation du rapport d'activités, des comptes de l'exercice 2023-24 et décharge au comité et à la direction

Aucune question n'est posée. L'assemblée approuve à l'unanimité le rapport d'activités et les comptes de l'exercice 2024 et donne décharge aux organes responsables.

8. Présentation du budget de l'exercice 2024-25 et approbation

Baptiste Constantin présente le budget 2025 qui prévoit un exercice équilibré avec un budget de CHF 1'875'000.-. Aucune question concernant le budget 2025 n'est soulevée. L'assemblée l'approuve à l'unanimité.

9. Elections statutaires du comité directeur pour la période 2025-28

Le comité directeur est nommé pour une durée de 4 ans, durée équivalente à la législature communale. Il doit donc être renommé pour la période 2025-28. Pour rappel, et depuis 2007, la SD de Nendaz a délégué les tâches et responsabilités de son comité au Bureau du Conseil de NTSA qui est composé des présidents des entités suivantes :

- Société de développement de Nendaz ;
- Commune de Nendaz ;
- NV Remontées Mécaniques SA ;
- Association des artisans et commerçants de Nendaz

Pour la législature 2025-28, le **comité de la SDN se composera** de :

- Beat Eggel. Président de la Société de Développement de Nendaz ;
- Frédéric Fragnière, président de la Commune de Nendaz ;
- Jean-Jacques Bornet, président de NV Remontées Mécaniques SA ;
- Jean Charbonnet., Président de l'Association des artisans et commerçants de Nendaz ;

Intervention n°1 de Mme Jeannette Gillioz : « Les personnes élues sont toujours les mêmes depuis des années. Ce sont donc toujours les mêmes qui prennent les décisions. Pourquoi aucune femme n'est-elle jamais élue ? »

- Réaction de M. Jean Charbonnet : « Je cède volontiers ma place de président de l'AACN si une femme commerçante souhaite la prendre. »
- Réponse de Mme Jeannette Gilloz : « Ma remarque n'est pas personnelle mais il n'est pas normal qu'aucune femme ne soit jamais représentée. »
- Réponse de M. Jean Charbonnet : « Je suis d'accord, il faut simplement trouver quelqu'un prêt à s'engager. »
- Réponse de M. Beat Eggel : « La remarque est pertinente. En 2007, il a été décidé que les présidents de chaque actionnaire de NTSA composeraient le comité de la SD, ce qui était une approche judicieuse. Pour l'instant, les représentants des actionnaires sont des hommes mais cela pourrait changer. Pour ma part, je suis prêt à laisser ma place si quelqu'un se propose. Aujourd'hui, l'AACN se redynamise avec un président et une vice-présidente dans son comité. C'est un bon début et il faut espérer que, dans les prochaines années, les comités se féminiseront davantage. »

L'assemblée générale accepte à l'unanimité d'élire le nouveau comité, qui prendra ses fonctions au lendemain de cette AG ordinaire 2024.

10. Démissions et admissions

En 2024, 25 membres ont démissionné (19 commerçants et 6 sympathisants) et 25 membres ont été admis (24 commerçants et 1 sympathisant).

11. Divers

Message des autorités communales par le Président de commune, M. Frédéric Fragnière :

Il salue l'assemblée de la part du Conseil communal et la remercie pour sa réélection. Il espère qu'un jour une femme se présentera en tant que présidente de commune. Il relève que, grâce au dynamisme des acteurs touristiques locaux, le développement touristique est grandissant. M. Fragnière profite de rappeler l'existence des actions réalisées par la commune (subventionnement de l'achat d'abonnements pour les jeunes de moins de 21 ans, rabais 10+10 pour les propriétaires de R2 ou encore les chèques famille) ainsi que la rétrocession de la taxe de séjour à la SD. Il relève également l'importance de la modification du plan de zone qui permettra de réaliser des hôtels ou la liaison plaine-montagne. Il est important de fidéliser les hôtes de la station mais aussi essentiel de ne pas rendre la commune entièrement touristique et de garder un équilibre entre les différents villages. C'est un défi de taille de maintenir une bonne qualité de vie malgré l'augmentation du prix de l'immobilier, la pénurie de logements pour les saisonniers ou encore de remplir les saisons creuses. Cependant, ces défis représentent également une source de motivation pour assurer la pérennité de la commune de Nendaz.

Le président remercie les membres de l'assemblée pour leur présence et leur participation.

Clôture de l'Assemblée Générale du 27 janvier 2025 à 20h45 suivie de l'agape habituelle.

Haute-Nendaz, le 27 janvier 2025

Le Président :



Beat Eggel

La rapportrice :



Karèle Sarrasin