



/RAPPORT DE GESTION

2020



/INDEX

04	— MOT DES PRÉSIDENTS
05	MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER
06	MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION
08	MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME
12	— ORGANISATION ET PERSPECTIVES
13	VERBIER TOURISME UNE ÉVOLUTION LOGIQUE ET NÉCESSAIRE
14	LE FUTUR DE VERBIER TOURISME
16	PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER
17	PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION
18	ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME
20	— RAPPORT DES STATISTIQUES 2019/20
26	— RAPPORT D'ACTIVITÉ
27	INFORMATION ET ACCUEIL
32	ANIMATIONS
36	PROMOTION
50	COORDINATION LOCALE
54	— REMERCIEMENTS
58	— NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

IMPRESSUM

Rédaction: Verbier Tourisme

Graphisme: Grand Partenaires

Photographies: Verbier Tourisme/Raphaël Surmont, Melody Sky, Golf Club de Verbier, Cordées des Alpes, Philippe Gaillard, VWP/David Carlier/Amarcster Media

Impression à Verbier: Publibagnes, mars 2021

Tirage: 200 ex.

Disponible en version numérique

MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER

L'exercice 2019/2020, comme vous pouvez l'imaginer a été fortement impacté par la crise du Coronavirus. Alors que nous nous acheminions vers un hiver de tous les records, le COVID-19 nous a surpris à mi-mars et notre destination a dû se résoudre à fermer. S'en est suivi un lockdown de quelques mois. Depuis le 15 mars, tous les commerces ont été fermés à l'exception des magasins d'alimentation et des pharmacies. Toutes les manifestations culturelles, sportives ou de loisir ont été interdites. Le télétravail a été généralisé dans les entreprises qui peuvent y recourir. Pendant cette période, de nombreux hôtes et propriétaires ont décidé de rester chez nous et de profiter de la météo clémente et de l'air pur.

La pandémie a bouleversé nos habitudes et nous a obligé à nous adapter, à réagir rapidement et à saisir les opportunités. Verbier Tourisme, a réagi prestement et a mis en place un VIP Pass+ pour l'été 2020, soutenu financièrement par la Commune de Bagnes. Comme quasi tous les événements ont été annulés, il était important de proposer des activités de qualité. Je remercie tous les partenaires qui ont collaboré avec nous pour leur engagement, leur réactivité et leur créativité. La saison estivale s'est relativement bien comportée vu les circonstances.

Quelques réalisations en 2019/2020

- Entrée en fonction du nouveau directeur de la destination Simon Wiget en janvier 2020
- Regroupement sous une seule enseigne Verbier Tourisme de l'Office du tourisme et de Verbier Promotion avec une direction unique
- Clarification des rôles au sein de Verbier Tourisme
- Production d'un nouveau site web
- Renforcement des liens avec nos partenaires

Au niveau des nuitées, évidemment que celles-ci sont en recul, -2.90%. Nos compatriotes n'ont pas pu compenser l'absence de nos hôtes étrangers. Pour une station comme la nôtre, en hiver, plus de 60% de nos visiteurs proviennent de pays étrangers. Je relève encore une fois, l'importance des propriétaires de résidences secondaires dont les forfaits représentent pour cet exercice 73% de l'encaissement de la taxe de séjour. Sans eux, l'addition aurait été beaucoup

plus douloureuse. Comme je l'ai déjà mentionné, ce sont nos meilleurs ambassadeurs et nous devons les choyer. Nous voulons encore renforcer ce lien dans le futur.

Les projets que nous voulons mener à bien en 2021:

- Développer les activités et animations
- Renforcer les liens avec les propriétaires de R2
- Consolider le VIP Pass
- Réaménager les locaux de Verbier Tourisme
- Calquer les événements sur notre stratégie touristique

L'exercice 2020/2021 est également perturbé par la pandémie, de nombreux commerces, restaurants sont restés fermés, de très nombreuses contraintes sont apparues. Heureusement les remontées mécaniques ont pu ouvrir ce qui a permis à de nombreuses personnes de s'adonner à leur sport favori et ainsi oublier un peu ce virus. En écrivant ces lignes, j'espère que les vaccins nous permettront rapidement de retrouver une situation normale. Verbier Tourisme planche sur plusieurs éventualités et fera tout son possible pour proposer une saison estivale de qualité.

Je tiens à remercier tous les collaborateurs de Verbier Tourisme et leur directeur Simon Wiget pour leur engagement et leur motivation. Merci à mes collègues du comité pour leur soutien, merci à vous chers partenaires qui contribuez au succès de notre belle région, merci à la Société de développement du Val de Bagnes, à Télérverbier S.A. et à la Commune de Bagnes pour leur étroite collaboration. Un grand MERCI à Eloi Rossier pour son soutien indéfectible au tourisme, son implication et sa disponibilité. Bonne retraite et plein succès pour tes projets futurs.



Florian Michellod,
président de la Société
de développement de Verbier

MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION

Le tourisme n'est pas une science exacte qui découle de l'application stricte de lois intangibles. Tant les incertitudes sont grandes que l'ouvrage doit être remis chaque jour sur le métier. Il réclame toutefois que les pièces qui le constituent s'imbriquent les unes aux autres avec harmonie et équilibre, sans quoi il est impossible de satisfaire le client.

En 2013, lorsque j'ai pris la présidence de notre destination, les relations entre les différents partenaires et acteurs étaient pour le moins tendues et l'ambiance qui en découlait délétère. Il incombait alors à la commune de tout entreprendre pour restaurer un climat propice à la bonne marche des affaires. La tâche, pour ardue qu'elle fût, a été menée à bien avec le concours intelligent, respectueux et loyal de chacun. Aujourd'hui, malgré toutes les difficultés qu'il a fallu vaincre ces huit dernières années – de la Loi sur les résidences secondaires LRS au COVID-19 en passant par le franc fort et le BREXIT – j'ose affirmer que Verbier et le Val de Bagnes sont mieux armés pour affronter le présent et l'avenir. La résilience manifestée par tous les prestataires face au COVID-19 depuis mars 2020 en témoigne. J'en veux pour preuves l'attrait toujours fort de notre station et la bonne tenue du marché de l'immobilier.

Je constate donc avec satisfaction que:

Tous les partenaires sont enfin réunis autour d'une même table: la Société de développement de Verbier, la Société de développement de Val de Bagnes, Téléverbier SA, les Communes de Val de Bagnes et de Riddes.

Le personnel de la Société de développement de Verbier et de Verbier, Val de Bagnes, la Tzoumaz Promotion SA sont enfin réunis sous un même toit et sous une direction unique. Le règlement et les tarifs de la taxe de séjour ont été revus avec la collaboration complète et franche de l'APCAV. Nos propriétaires ont compris où est leur intérêt. Je les remercie de leur fidélité et de leur attachement à notre destination. La saison d'été connaît depuis quelques années un développement réjouissant qui traduit les efforts entrepris pour instaurer un tourisme 4 saisons.

Si l'on a le droit de se montrer satisfait, rien n'indique qu'il l'on puisse baisser la garde. Au contraire, ce n'est qu'en appuyant sur ce socle régénéré que l'on pourra achever le renouvellement de nos entités, définir précisément les besoins de chacune d'elles et, persuadés de nos atouts, se tenir avec conviction vers l'avenir qu'il appartiendra à nos successeurs de façonner aux riches couleurs de la Commune de Val de Bagnes.

Je ne saurais terminer ce rapport sans remercier cordamment les personnes avec lesquelles j'ai eu le plaisir d'œuvrer tout au long de mes deux mandats. Chers amis, je ne citerai pas nommément de peur de blesser votre modestie. Mes pensées et mes remerciements s'adressent toutefois plus particulièrement au personnel. Malgré quelques erreurs de la gouvernance auxquelles il a dû faire face tout au long de ces dernières années, il n'a jamais failli à sa tâche et toujours répondu présent avec cœur et loyalisme. Je me plais à le relever.

Soyez sûrs, chers amis, que je vous suivrai toujours avec beaucoup d'attention et que je vibrerai à vos futurs succès.



Eloi Rossier,
président de Verbier Promotion

MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME

Lors de mon entrée en fonction mi-janvier 2020, je m'attendais évidemment à des challenges et à retrouver la dynamique si intense du tourisme qui constituait l'une de mes motivations principales pour revenir dans ce domaine après 2 ans passés à la direction d'une agence de communication. Avec l'arrivée du COVID-19, les challenges et l'intensité furent au rendez-vous bien au-delà de ce que j'avais pu imaginer...

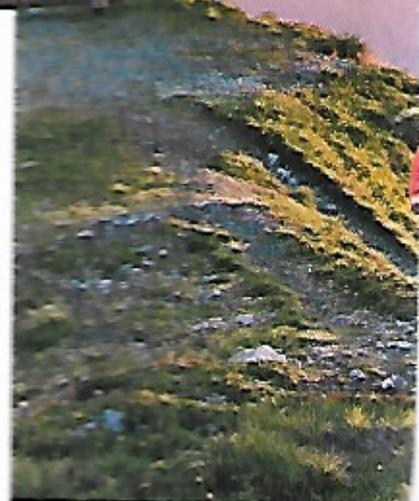
Si elle peut paraître galvaudée et déplacée en raison de la provenance supposée du virus, l'utilisation du sens chinois du mot « crise », qui intègre les notions de danger et d'opportunité, s'avère néanmoins plutôt adaptée à la situation que j'ai vécue durant cette première année dans le Val de Bagnes. Si j'avais pu choisir dans quelle destination travailler comme directeur d'office du tourisme durant cette pandémie, mon choix ne m'aurait pas amené ailleurs qu'ici, tant la dynamique générale et le professionnalisme de tous les acteurs nous ont permis d'affronter cette tempête avec les meilleures armes. Certes, ce fut loin d'être rose et aisé, nous sommes encore actuellement touchés de plein fouet par cette pandémie et notre tourisme portera longtemps les stigmates de cette période funeste. Cependant, il est précieux de pouvoir se baser sur les aspects positifs qui ressortent de ce marasme généralisé, notre futur ayant besoin d'une base solide pour se reconstruire. J'ai mentionné le premier aspect positif ci-avant : le profes-

sionnalisme des acteurs touristiques et la dynamique générale de notre destination. La réputation de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz m'avait évidemment préparé à trouver très bon niveau de compétences, on n'atteint pas l'excellence par hasard. Cependant, le terreau que j'ai découvert dès mon arrivée s'est avéré encore plus fertile que je ne l'avais imaginé et le potentiel de développement qu'une mise en musique plus structurée du tourisme laissait augurer m'a immédiatement séduit.

Malheureusement, cette « lune de miel » fut de courte durée et les beaux projets qui se dessinaient furent mis entre parenthèse par le confinement, deux mois à peine après mon arrivée. Paradoxalement, c'est là que l'opportunité s'est révélée, puisqu'à peine 10 jours après le début du confinement, une dynamique participative inédite se mettait en place grâce aux moyens de communication digitaux pour créer le VIP Pass+ et initier une implication de tous les acteurs autour d'un but commun : sauver notre tourisme. Cette extraordinaire énergie nous a permis de passer un été que nous pouvons qualifier de bon au vu des circonstances et elle nous permet encore aujourd'hui d'être un des rares lieux au monde dans lequel le tourisme est actif (même s'il est très loin de ce que nous pourrions/voudrions proposer). Je n'oublie pas la moitié du verre qui est vide, notamment avec la situation catastrophique



«Avoir constitué une seule équipe avec une seule direction et des objectifs communs fut primordial en cette période.»



vécue par certaines branches, mais l'énergie positive et la qualité des acteurs de la destination constituent le meilleur moyen de le remplir à nouveau sitôt la pandémie derrière nous. Le deuxième aspect positif est lié à la mise en place de Verbier Tourisme (VT) et à l'implication exemplaire de ses collaboratrices et collaborateurs, ainsi que des membres des comités et du conseil d'administration. Si l'arrivée du confinement seulement deux mois après le début des travaux de rapprochement de l'Office du Tourisme de Verbier et de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz Promotion SA a considérablement compliqué cette tâche, avoir constitué une seule équipe avec une seule direction et des objectifs communs fut primordial en cette période troublée. Ainsi, je tiens à remercier les personnes qui ont eu cette vision et qui ont activement préparé le terrain avant mon arrivée, particulièrement les présidents de ces deux entités, Eloi Rossier et Florian Michellod.

Nous avons utilisé le confinement pour travailler activement sur cette réorganisation et sur des projets prioritaires, avec comme corollaire qu'au moment où beaucoup se retrouvaient au chômage technique, les collaboratrices et collaborateurs de VT ont plutôt eu davantage de travail. En effet, créer un nouveau site web de A à Z pour une destination si importante en 4 mois est une prouesse qui n'aurait pas pu

être possible sans un travail intensif de nos équipes, un tel projet se déroulant habituellement sur 18 mois. Durant ce laps de temps, nous avons également mis en place une nouvelle base de données, un nouveau système de gestion pour le VIP Pass, un nouveau bulletin d'arrivée électronique, un webshop et développé le VIP Pass+, en parallèle des actions de promotion et de nombreuses activités « de l'ombre » qui rythment le travail d'une entité touristique.

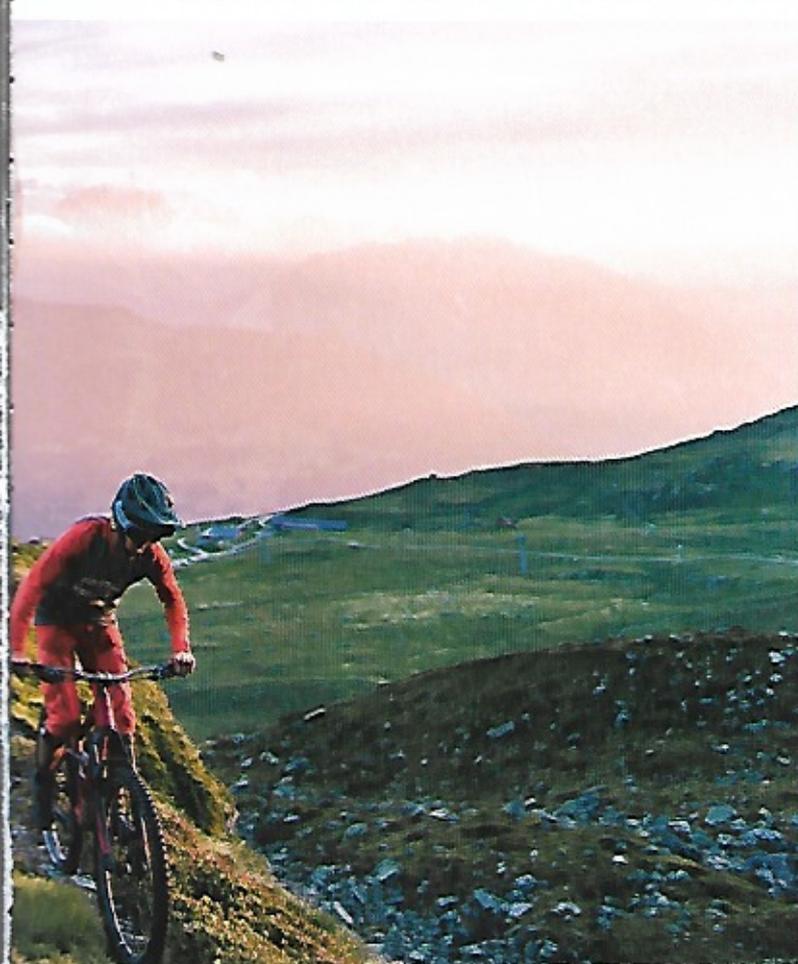
Dès la reprise de l'activité touristique courant juin, nos équipes se sont pleinement consacrées à faire revivre la destination, avec une activité qui se compliquait au fil de l'évolution des mesures liées au COVID-19. La préparation de l'hiver a constitué dès fin août un challenge non-moins intense en raison des incertitudes grandissantes, des changements incessants dans les mesures COVID-19 et de la complexité croissante des informations à destination de nos hôtes et de nos partenaires. Même si tout ne fut pas parfait, les équipes de VT ont relevé le défi avec succès, amenant des informations, une coordination et une promotion précieuses pour préparer cet hiver incertain.

Nous avons encore beaucoup de travail pour mener VT au niveau souhaité et nécessaire pour une telle destination qui vise l'excellence dans tous les domaines, mais nous sommes sur le bon chemin et l'engagement exemplaire de toute l'équipe, des dirigeants et des partenaires durant ces mois difficiles laisse augurer le meilleur des futurs. Ces épreuves nous ont démontré la qualité de nos collaboratrices et collaborateurs, l'immense potentiel des synergies entre les différents acteurs touristiques ainsi que la base très solide offerte par nos dirigeants et par la Commune. L'opportunité est bien là, à nous de continuer l'aventure en entretenant cette belle dynamique pour un futur touristique et économique rayonnant.

Je clos ce propos par un simple mot : Merci. Pour tous les éléments cités ci-avant (entre autres) et pour l'accueil dont j'ai bénéficié dès mon arrivée depuis mon Val d'Anniviers natal. Je connaissais le Val de Bagnes comme visiteur, je me réjouis d'y passer ces futures années comme acteur touristique et comme résident, ma famille et moi avons découvert une « Pure Energy » extraordinaire (et nous nous réjouissons de pouvoir la découvrir sans le COVID-19...).



Simon Wiget,
directeur de Verbier Tourisme





/ VERBIER TOURISME UNE ÉVOLUTION LOGIQUE ET NÉCESSAIRE

L'arrêt de la destination Verbier – St-Bernard a nécessité la mise en place d'une organisation qui permette à la fois de répondre aux impératifs opérationnels gérés de manière indépendante par chaque société de développement, au souhait de maintenir une promotion au niveau de la destination et à la nécessité de respecter le cadre légal en place.

Sept ans d'expérience avec ce fonctionnement ont fait émerger la nécessité de regrouper les différents services proposés sous un même toit et l'évolution du cadre légal (révision de la Loi sur le Tourisme) a permis l'émergence d'un nouveau modèle en cours d'élaboration. VT regroupe ainsi l'accueil, l'information et l'animation pour la SD de Verbier, l'accueil et l'information pour la SD du Val de Bagnes et la promotion pour la destination Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz. La gestion des animations et manifestations sur le territoire de la SD du Val de Bagnes reste en mains des membres de son comité et la commune de Riddes gère l'accueil, l'information et l'animation de La Tzoumaz, ainsi que sa promotion locale.

Si VT n'est à ce jour pas encore une entité juridique, son fonctionnement opérationnel correspond à celui d'une seule et unique société, avec une direction qui chapeaute l'ensemble des activités réparties en départements: informations, animations, promotion, coordination locale, terrain et administration-comptabilité. La gestion des bureaux d'accueil est dévolue au département informations, le département terrain est un reliquat très utile du fonctionnement antérieur et s'occupe autant des sentiers aux alentours de Verbier que des soutiens logistiques aux événements ou encore de la patinoire au cœur

de la station. Le département coordination locale est quant à lui totalement nouveau et son but est de renforcer les liens avec les acteurs locaux, qu'ils soient opérationnels ou stratégiques, relatifs à l'information ou à la promotion. Il constitue une porte d'entrée principale dont la mission est d'assurer la coordination entre les acteurs touristiques locaux et les différents départements de VT.

Le fonctionnement interne a également été complètement revu et une gestion en mode projets a permis de s'affranchir d'une gestion en silos, d'impliquer toutes les équipes dans les différents aspects de notre travail, de favoriser les collaborations internes et d'améliorer la qualité de nos prestations. C'est une restructuration en cours, laquelle est menée en parallèle du daily business et dans un contexte de crise COVID-19, ce qui induit que le rythme de cette refonte doit s'adapter au contexte. Ainsi, même si le niveau d'exécution peut aujourd'hui être considéré comme bon, le niveau recherché est quant à lui plus élevé et nécessitera encore passablement de travail avant d'arriver à maturité.

VT constitue ainsi un nouvel outil adapté aux besoins actuels, lequel est au service du tourisme de la destination dans son ensemble, à savoir des clients, des partenaires, des communes et de toutes les entités qui s'impliquent dans le tourisme de notre région. Le tourisme étant une branche en constante évolution, cet outil est destiné à constamment s'adapter pour répondre au mieux aux besoins de la destination.

/ LE FUTUR DE VERBIER TOURISME

Les défis actuels et futurs nécessitent une base solide sur laquelle le tourisme de notre destination peut se reposer, ainsi qu'un fonctionnement qui favorise les collaborations et les projets bénéfiques pour l'ensemble des acteurs. Cela passe par un modèle de gouvernance adapté qui permet une représentation et une implication des acteurs touristiques dans le pilotage de notre tourisme. Des séances communes entre le comité de la SDV et le conseil d'administration de Verbier Promotion sont déjà réalisées, permettant ainsi une transition progressive vers une nouvelle structure « Verbier Tourisme » dont les contours sont en cours de développement. Le calendrier pour la création de cette nouvelle structure se base sur une présentation du modèle en automne 2021 et une mise en œuvre formelle au début de l'exercice 2022/23, notamment en raison de la nécessité d'une homologation d'une telle entité par le Conseil d'État. D'un point de vue opérationnel, de nombreux projets sont en cours ou à l'étude et ils touchent tous les départements.

Pour n'en citer que quelques-uns à titre d'exemples :

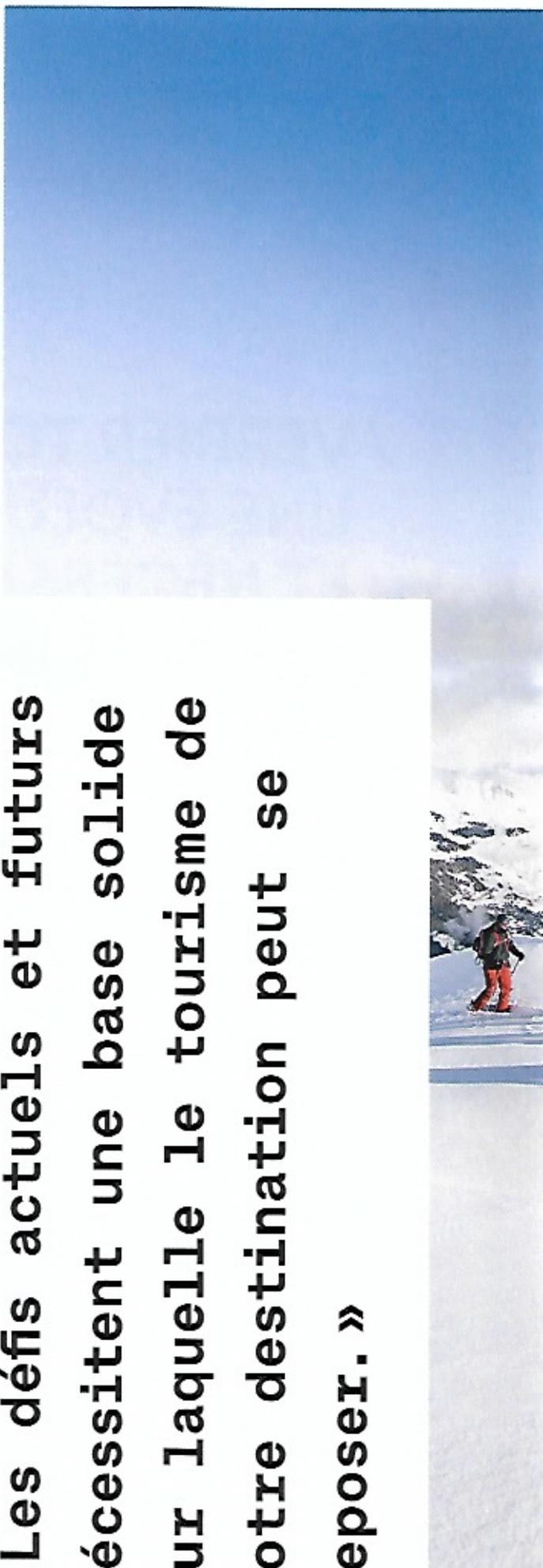
L'information verra ses bureaux d'accueil améliorés, tant au niveau de l'ergonomie que de la décoration.

L'animation a vu son budget augmenter, afin de développer l'animation locale, notamment à destination du public familial.

La promotion a revu et accéléré sa transition vers le digital, afin d'être à la pointe d'un domaine d'activité qui évolue constamment et très rapidement.

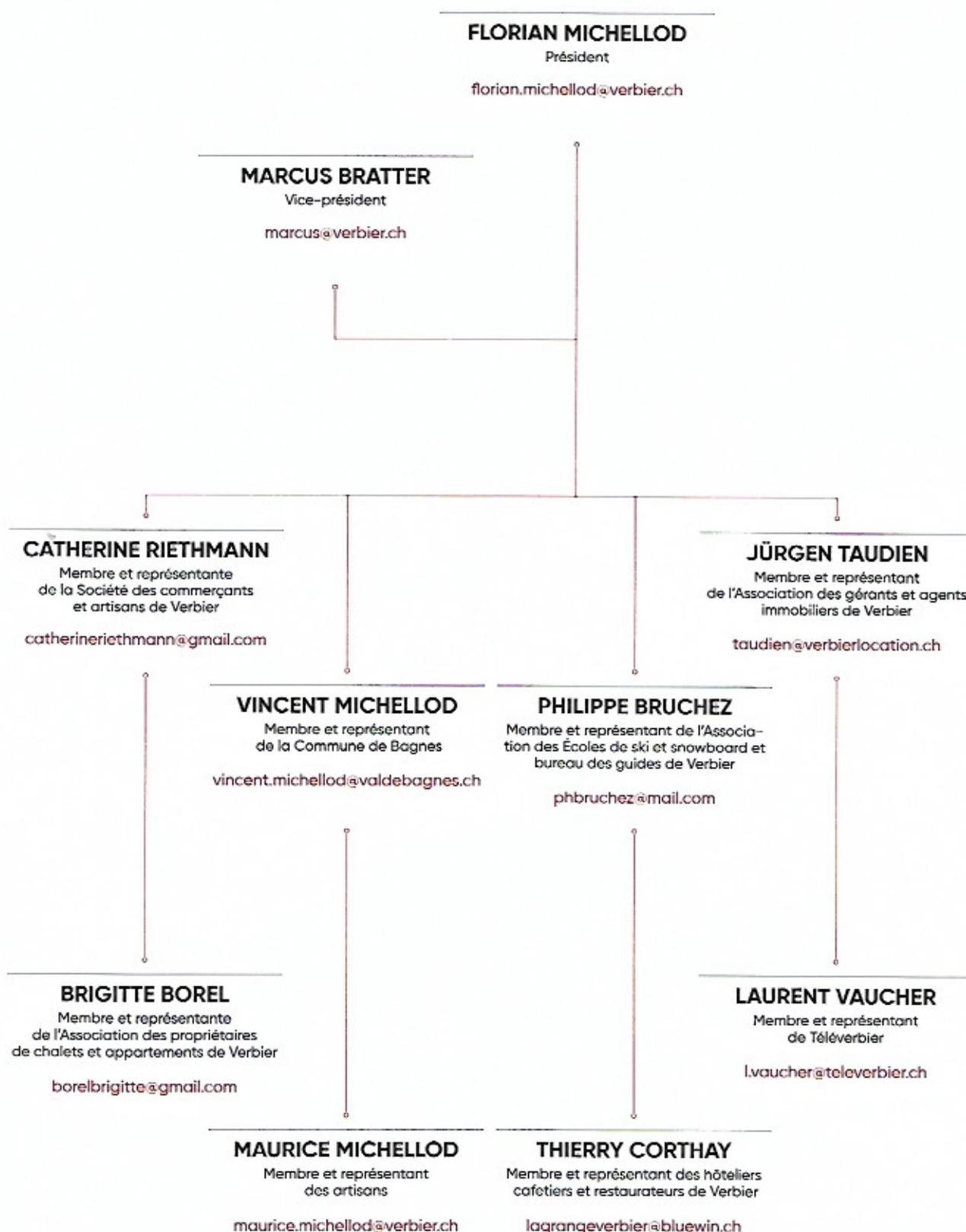
La coordination locale supervise des projets de développement du Haut Val de Bagnes et de la région de Vollèges. L'équipe de l'administration a plusieurs projets d'amélioration de son fonctionnement pour optimiser la gestion des taxes de séjour et faciliter le travail des toutes les équipes. D'autres projets transversaux sont dans le pipe-line, de la fidélisation à la création d'un master plan commun avec la Commune Val de Bagnes et Téléverbier, en passant par la mise en place d'outils statistiques et le développement des activités phares.

Le futur de VT devra être évolutif et agile, afin de pouvoir répondre efficacement aux besoins de cette branche économique en constante mutation. Une constante restera néanmoins prioritaire : favoriser les collaborations entre les différents acteurs touristiques, élément fondamental et incontournable du succès de notre tourisme actuel et futur.

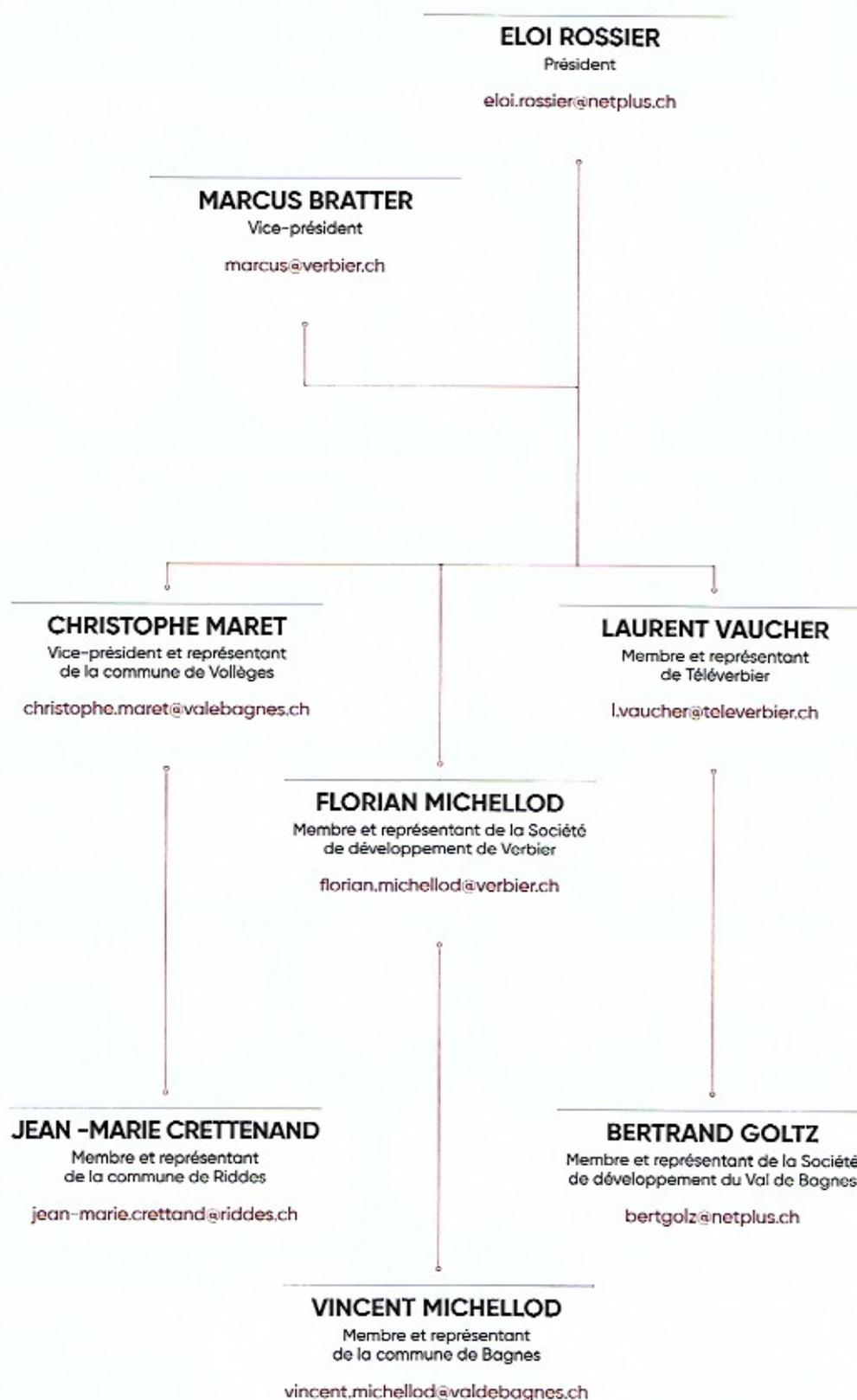


**« Les défis actuels et futurs
nécessitent une base solide
sur laquelle le tourisme de
notre destination peut se
reposer. »**

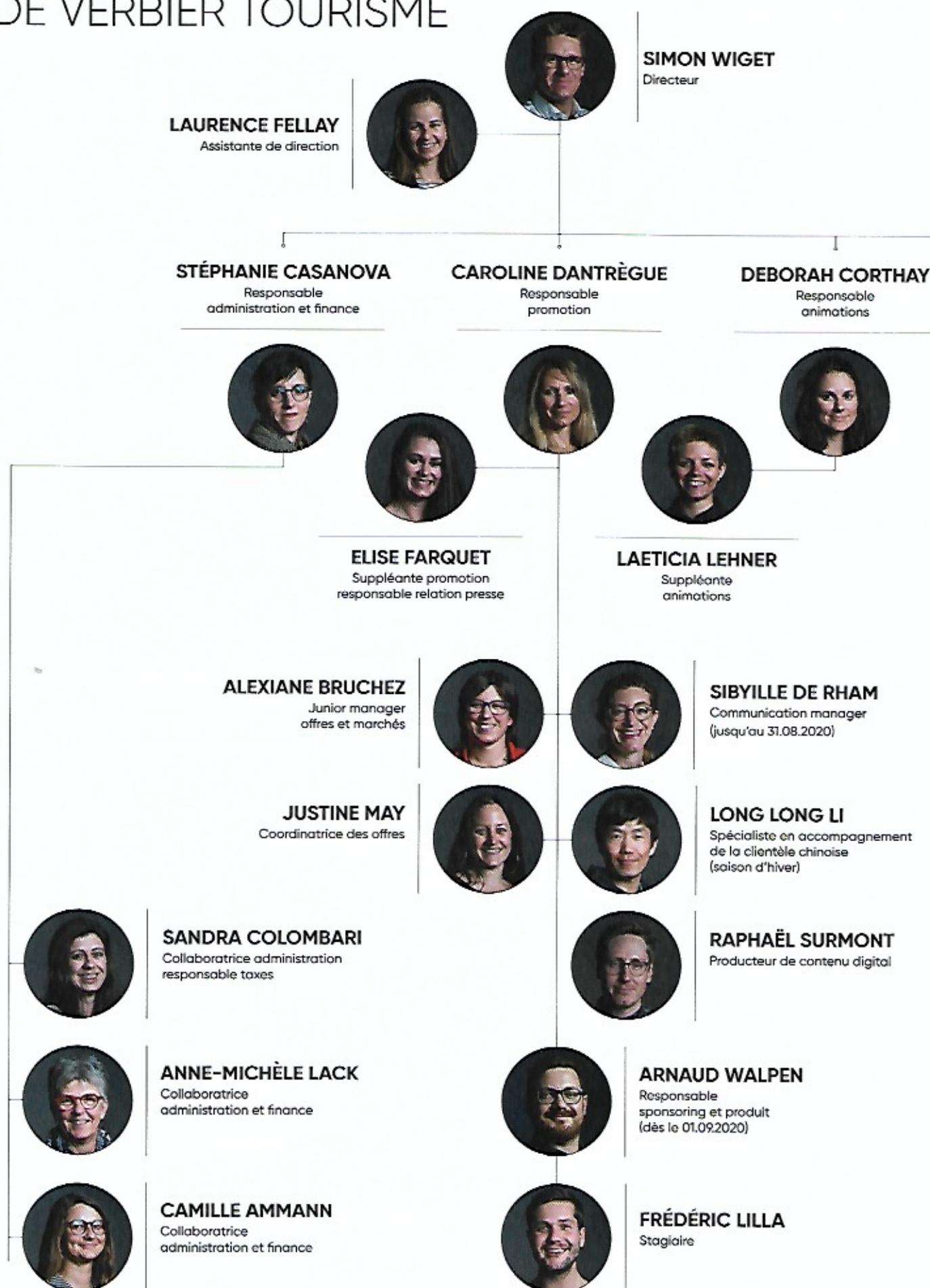
/ PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER



/ PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION



/ ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME



MALVINE MOULIN

Responsable
coordination locale

LAURENCE FOURNIER

Responsable
information

JEAN-MARC FARQUET

Responsable
entretien - soutien terrain



ANNE SIEBER ZELLER

Responsable projet
Haut Val de Bagnes (programme CIM)
(dès le 15.06.2020)



LINE RODUIT

Suppléante
information



NICOLAS ROSSIER

Responsable
entretien - soutien terrain



COSETTE MOREND

Collaboratrice information
(dès le 01.11.2019)



LAETITIA VAUDAN

Collaboratrice
information

ELINA ADHIKARI

Collaboratrice information
(dès le 20.07.2020)
auparavant stagiaire MPC



CATHERINE BULA

Collaboratrice information
(saison d'été)

FLORE MELLY

Collaboratrice information
FOVAHM



ALISON BESSE

Collaboratrice information
(dès le 20.07.2020)



FABIEN VAUDAN

Collaborateur
information
(dès le 01.07.2020)

NICOLAS ROSERENS

Stagiaire IST
(dès le 01.07.2020)



SOLÈNE DORSAZ

Apprentie employée
de commerce

/ RAPPORT DES STATISTIQUES

/ évolutions des nuitées globales / répartitions des nuitées touristiques 2019 / répartitions des nuitées annuelles / nuitées parahôtelières et hôtelières hors forfaits - Verbier / nuitées parahôtelières et hôtelières /

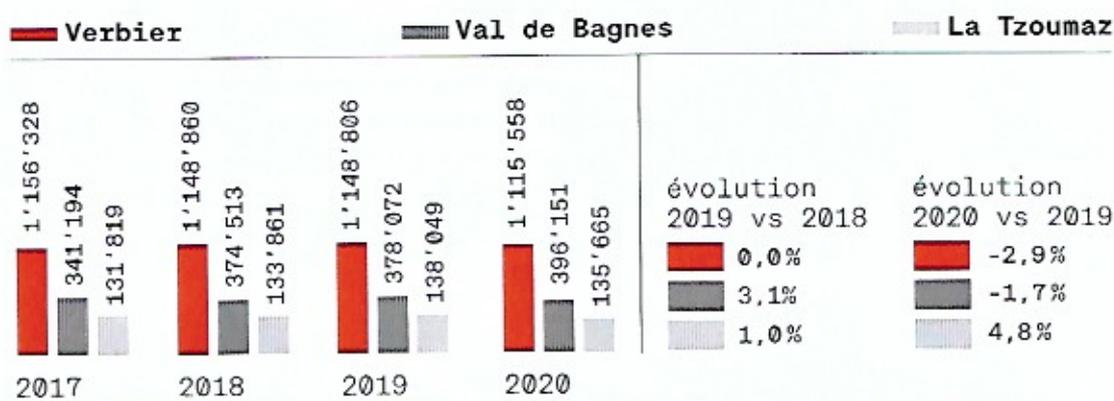


VERBIER VAL DE BAGNES LA TZOUMAZ

Globalement, les nuitées sont en baisse pour Verbier (-2,9%) et le Val de Bagnes (-1,7%). Seule la Tzoumaz affiche une hausse de 4,8% provenant d'une augmentation de fréquentation observée en été, mais aussi au printemps lors des congés de l'Ascension et de Pentecôte, ainsi qu'en automne. Cette augmentation a été enregistrée chez la plupart des hébergeurs, surtout auprès des agences.

Du point de vue des nuitées commerciales (hors forfaits des propriétaires de résidences secondaires R2), les nuitées sont en baisse de -9,6% (voir page 24). Globalement, les marchés étrangers sont en baisse pour l'exercice 2019/20, ce qui s'explique principalement par la pandémie du COVID-19. En effet, les nombreuses fermetures de frontières et interdictions de voyager, ordonnées par les différents gouvernements, ont mis un coup d'arrêt au tourisme à l'échelle mondiale, et notre destination n'a pas été épargnée par cette crise sans précédent.

/ ÉVOLUTIONS DES NUITÉES GLOBALES

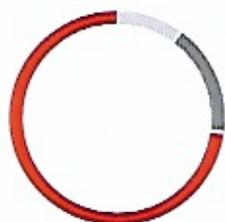


/ RÉPARTITIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES 2019

		HÔTELLERIE		PARAHÔTELLERIE		FORFAITS	
		%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées
VERBIÉR	Hiver	77	88'028	76	141'141	75	612'060
	Eté	23	26'310	24	43'999	25	204'020
	Total	100	114'338	100	185'140	100	816'080
VAL DE BAGNES	Hiver	63	7'116	15	4'189	75	72'840
	Eté	37	4'227	85	23'013	25	24'280
	Total	100	11'343	100	27'202	100	97'120
LA TZOUMAZ	Hiver	67	1'359	59	79'580	75	195'240
	Eté	33	682	41	54'210	25	65'080
	Total	100	2'041	100	133'790	100	260'320
DESTINATION	Hiver	76	96'503	65	224'910	75	880'140
	Eté	24	31'219	35	121'222	25	293'380
	Total	100	127'722	100	346'132	100	1'173'520

/ RÉPARTITIONS DES NUITÉES ANNUELLES

**VERBIER
2019/2020**



hôtellerie	10%
parahôtellerie	17%
forfait	73%

**VAL DE BAGNES
2019/2020**



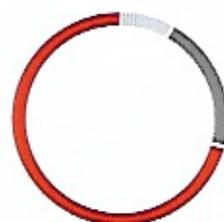
hôtellerie	8%
parahôtellerie	20%
forfait	72%

**LA TZOUMAZ
2019/2020**



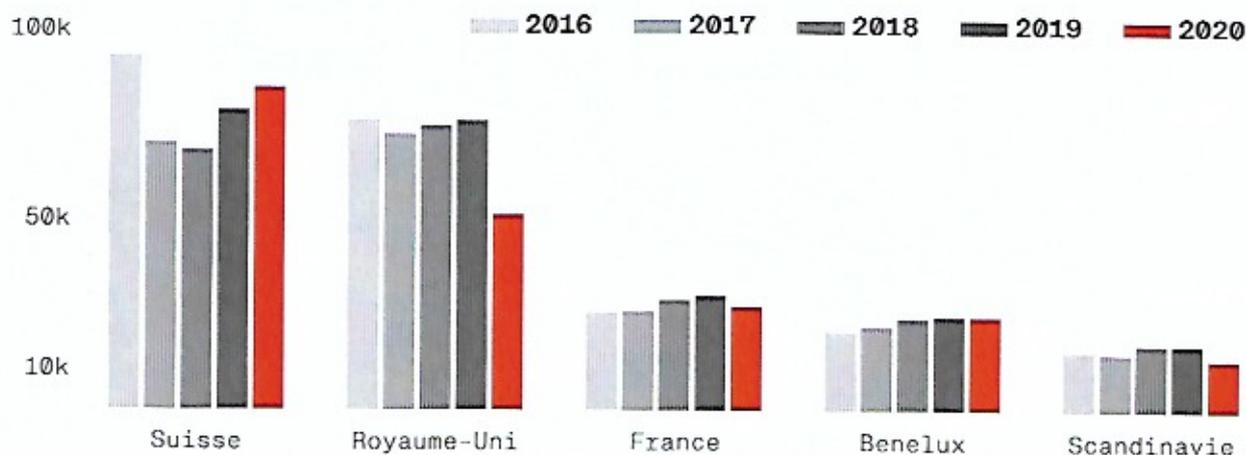
hôtellerie	0%
parahôtellerie	34%
forfait	66%

**DESTINATION
2019/2020**



hôtellerie	8%
parahôtellerie	21%
forfait	71%

/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES HORS FORFAITS – VERBIER



	2016	2017	2018	2019	2020	PART DE MARCHÉ	19 vs 18	20 vs 19	
MARCHÉS A 226'968 NUITÉES 67%	Suisse	92'998	69'709	68'362	78'616	84'384	28%	15.0%	7.3%
	Royaume-Uni	75'637	72'660	74'349	76'051	51'589	17%	2.3%	-32.2%
	France	25'664	26'446	29'080	29'658	27'248	9%	2.0%	-8.1%
	Benelux	20'879	21'709	23'918	24'886	25'050	8%	4.0%	0.7%
	Scandinavie	15'506	14'788	17'609	17'757	13'569	5%	0.8%	-23.6%
MARCHÉS B 31'734 NUITÉES 7%	USA/Canada	11694	14115	18096	20880	14413	5%	15.4%	-31.0%
	Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	2157	4484	4765	6475	2820	1%	35.9%	-56.4%
	SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Vietnam)	2523	2366	2781	2856	1358	0%	2.7%	-52.5%
	Brésil	1'519	1'135	1'505	1'356	1'333	0%	-9.9%	-1.7%
	Corée du Sud	63	124	208	167	76	0%	-19.7%	-54.5%
MARCHÉS C 96'164 NUITÉES 26%	Allemagne	11'718	11'431	11'969	13'347	9'835	3%	11.5%	-26.3%
	Russie/Ukraine	7'326	7'479	7'992	9'653	5'275	2%	20.8%	-45.4%
	Italie	4'407	4'447	4'821	5'198	4'890	2%	7.8%	-5.9%
	GCC	8'301	10'021	8'656	9'806	4'787	2%	13.3%	-51.2%
	Pays de l'Est	4'646	5'390	5'651	5'745	3'706	1%	1.7%	-35.5%
	Espagne	3'245	4'176	3'569	3'646	3'688	1%	2.2%	1.2%
	Australie	3'013	3'778	4'289	3'762	3'111	1%	-12.3%	-17.3%
	Autres Europe	3'466	3'383	4'282	5'193	2'698	1%	21.3%	-48.0%
	Afrique	1'817	2'046	1'952	2'331	1'719	1%	19.4%	-26.3%
	Autres Asie	5'598	6'051	6'830	6'283	1'567	1%	-8.0%	-75.1%
	Amérique du Sud et Centrale	1'888	2'498	3'385	2'527	1'396	0%	-25.3%	-44.8%
	Reste du Monde	32'502	30'732	26'431	29'733	34'966	12%	12.5%	17.6%
Total	336'567	318'968	330'500	355'926	299'478		7.7%	-15.9%	

Pour Verbier, le marché suisse reste en tête du classement des nuitées commerciales (hors forfaits R2) avec **28%** des nuitées totales, soit **84'384** nuitées. Nous notons une augmentation de **5'768** nuitées en comparaison à l'année dernière, ce qui s'explique certainement par le fait que beaucoup d'Helvétiques ont voyagé en Suisse en 2020.

Elle est ensuite suivie par le Royaume-Uni avec **17%** (**51'589** nuitées), marché qui affiche une baisse de **24'462** nuitées (soit une perte de près d'un tiers des nuitées par rapport à l'exercice touristique précédent). Nous retrouvons par la suite la France (9%), le Benelux (8%) et la Scandinavie (5%).

Les marchés précités appartiennent aux **marchés A**, catégorie utilisée jusqu'ici pour indiquer l'importance de ces marchés et le fait qu'ils sont travaillés de manière proactive et directe (B2C pour Business to Consumer), notamment au travers des agences RP (relations publiques) et des partenariats (Liverpool FC, par exemple). Les marchés A représentent **67%** de la part de marché totale de la station.

Les **marchés B**, qui constituent **7%** de la part de marché de Verbier, sont principalement travaillés de manière indirecte par Verbier Promotion (B2B pour Business to Business), c'est-à-dire au travers de partenariats et collaborations avec des tiers, que ce soit MRAG (Matterhorn Region AG), Suisse Tourisme ou tout autre partenaire. L'approche, bien qu'indirecte, peut être proactive (VT choisit des actions à entreprendre sur le marché) ou réactive (traitement de demandes émanant du marché).

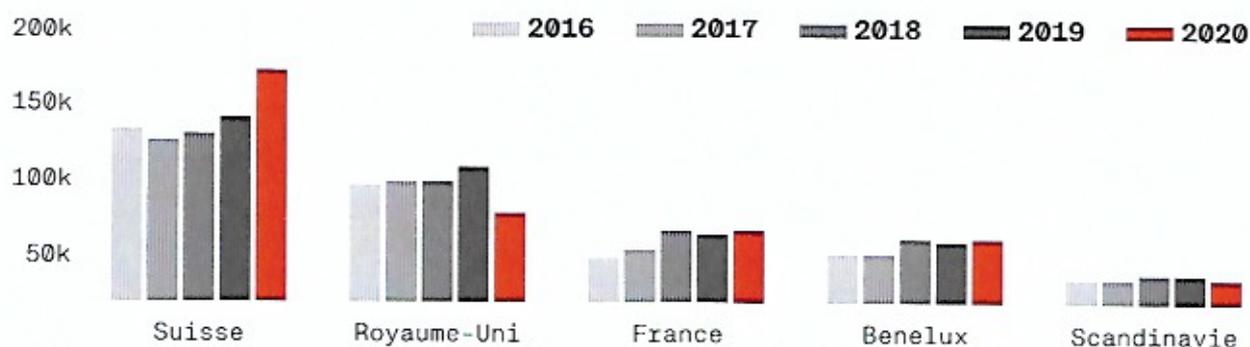
Les USA/Canada, qui sont le moteur de ces marchés, indiquent une baisse des nuitées de **31%** (soit **-6'467** nuitées).

Les **marchés C** sont des marchés que VT travaille uniquement selon une approche réactive : des opportunités émanant de ces pays sont saisies, sans toutefois les rechercher de manière dynamique. Les marchés C représentent le **26%** de la part de marché de Verbier.

À noter toutefois que, classé parmi les marchés C, se trouvent les pays du reste du monde, catégorie qui inclut également des nuitées dont la provenance n'a pas été spécifiée et qui pourraient appartenir, en réalité, aux marchés A ou B.

/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

HORS FORAITS R2: VERBIER/VAL DE BAGNES - LA TZOUMAZ



		2016	2017	2018	2019	2020	PART DE MARCHÉ	19 vs 18	20 vs 19
MARCHÉS A 341'363 NUITÉES 72%	Suisse	123'581	114'565	119'993	131'075	164'932	35%	9.2%	25.8%
	Royaume-Uni	83'326	86'294	86'559	95'513	62'800	13%	10.3%	-34.2%
	France	33'351	39'207	49'635	49'336	51'071	11%	-0.6%	3.5%
	Benelux	33'757	34'752	45'545	44'149	45'508	10%	-3.1%	3.1%
	Scandinavie	16'939	16'704	20'621	21'290	16'238	3%	3.2%	-23.7%
MARCHÉS B 38'353 NUITÉES 5%	USA/Canada	13'239	17'132	21'982	25'647	16'548	3%	16.7%	-35.5%
	Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	3'609	4'574	4'967	6'876	2'945	1%	38.4%	-57.2%
	SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Viêt Nam)	2'523	2'429	2'942	4'182	1'790	0%	42.1%	-57.2%
	Brésil	1'568	1'200	1'638	1'433	1'421	0%	-12.5%	-0.8%
	Corée du Sud	70	132	245	215	82	0%	-12.2%	-61.9%
MARCHÉS C 143'591 NUITÉES 23%	Allemagne	21'584	23'888	29'594	30'506	24'634	5%	3.1%	-19.2%
	Russie/Ukraine	3'821	5'612	5'021	6'427	14'546	3%	28.0%	126.3%
	Italie	7'888	8'320	8'815	10'735	6'068	1%	21.8%	-43.5%
	GCC	9'687	11'798	11'059	15'355	5'823	1%	38.8%	-62.1%
	Pays de l'Est	5'115	5'198	5'941	9'629	5'768	1%	62.1%	-40.1%
	Espagne	5'517	6'650	17'313	20'093	5'382	1%	16.1%	-73.2%
	Australie	3'926	3'984	5'247	5'210	4'201	1%	-0.7%	-19.4%
	Autres Europe	3'203	4'470	5'061	4'515	3'504	1%	-10.8%	-22.4%
	Afrique	1'902	2'288	2'176	2'649	1'825	0%	21.7%	-31.1%
	Autres Asie	4'398	6'256	7'063	6'666	1'624	0%	-5.6%	-75.6%
	Amérique du Sud et Centrale	1'929	2'628	3'481	2'802	1'489	0%	-19.5%	-46.9%
	Reste du Monde	58'509	39'220	33'856	30'064	35'655	8%	-11.2%	18.6%
Total	439'442	437'301	488'754	524'367	473'854		7.3%	-9.6%	

Pour la destination Verbier - Val de Bagnes - La Tzoumaz, la Suisse est toujours en tête du classement avec 35% des nuitées totales (soit 164'932 nuitées). Nous notons une augmentation de 33'857 nuitées par rapport à 2019, dû au fait que les Suisses ont voyagé à l'interne du pays en 2020. Vient ensuite le Royaume-Uni qui représente 13% des nuitées totales (soit 62'800 nuitées).

Nous retrouvons après la France (11% soit 51'071 nuitées), le Benelux (10% soit 45'508 nuitées) et l'Allemagne (5% soit 24'634 nuitées). Dans le cas de la destination, les marchés A représentent le 72% de la part de marché totale, les marchés B en constituent le 5% et les marchés C le 23%. Le rapport détaillé des statistiques des nuitées est disponible sur www.verbier.ch/taxe-de-sejour.



/ INFORMATION ET ACCUEIL

Le service d'accueil dans nos bureaux d'information a dû être adapté aux diverses normes sanitaires liées à la lutte contre le COVID-19. Grâce à ces adaptations, l'ouverture de nos OTs a pu être garantie tous les jours de l'année. Nos équipes ont opéré en deux groupes, tant au niveau de la réception que de la promotion. Lorsque le groupe 1 était au bureau, le groupe 2 opérait en télétravail ; ceci dans le but de pouvoir garantir le fonctionnement de nos lieux d'accueil en toute situation. Les outils informatiques mis à disposition de notre personnel ont permis à nos équipes de rester professionnelles et flexibles dans ce nouveau contexte. Durant cette période difficile, nous avons constaté que le maintien de l'ouverture de nos bureaux a été appréciée par le public et nos partenaires qui se sont sentis soutenus.

VERBIER

Notre équipe a été renforcée durant l'été par trois auxiliaires locaux, Elina Adhikari, Fabien Vaudan et Catherine Bula. En effet, nous avons eu besoin de combler plusieurs postes à la suite d'une réorganisation au sein de VT. Laurence Felloy, qui travaillait à 100% à la réception, a été promue au poste d'assistante de direction tandis que Camille Ammann, dont le 100% était réparti entre la réception et l'administration, a pris son poste administratif à plein temps. Ces deux personnes ont toutefois renforcé l'équipe information de leur présence lors des fortes affluences de la saison estivale.

LE CHÂBLE

Afin de répondre à un besoin qui s'est fermement fait ressentir durant l'été 2019, l'équipe de l'OT du Châble a passé d'une à deux personnes, 7 jours sur 7 durant les mois de juillet et août. En effet, le Châble étant la porte d'entrée de la vallée, nous avons constaté les années précédentes que le nombre de passages augmentait considérablement et que l'attente devenait trop importante pour les visiteurs.

FIONNAY

Anne Sieber-Zeller a pris ses fonctions au sein de VT à la mi-juin. Le poste créé a pour but de valoriser et de sensibiliser les visiteurs aux richesses naturelles de la région du Haut Val de Bagnes tout en répondant aux attentes touristiques (voir page 52). Ainsi, Anne a été affectée tout l'été à l'accueil à Fionnay afin de cerner les besoins, demandes, problématiques et avis des visiteurs et des partenaires locaux. L'équipe d'accueil du bureau de Fionnay a été complétée par Fiona Michellod, Coline Blanjean et Catherine Bula qui ont été engagées pour la saison. L'office de Fionnay était ouvert tous les jours du 1^{er} juillet au 31 août.

/POCKET GUIDE

La préparation de la brochure Pocket Guide été 2020 a dû être adaptée en raison de la situation sanitaire. Les rubriques événements et animations n'ont pas pu être détaillées sur papier sans connaissance de l'évolution des restrictions sanitaires.



CHIFFRES CLÉS



8'000 ex.
hiver 2019/2020



5'800 ex.
été 2020



155 pages
qui regroupent toutes les informations utiles de la région :

- activités
- événements et animations
- restauration et vie nocturne
- hébergements
- commerces
- transports
- activités à découvrir pour la saison suivante
- plans



/ CARTES

Nos cartes sont, autant en été qu'en hiver, les dépliants les plus distribués à la clientèle de passage. Elles couvrent les régions de Verbier-Val de Bagnes, La Tzoumaz, Vollèges et Sembrancher.

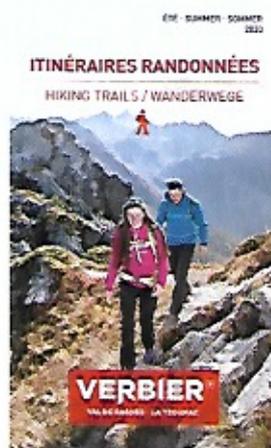
CARTE DE RANDONNÉE ÉTÉ

La carte de randonnées estivales regroupe des suggestions parmi les innombrables sentiers de randonnée qui composent notre région.

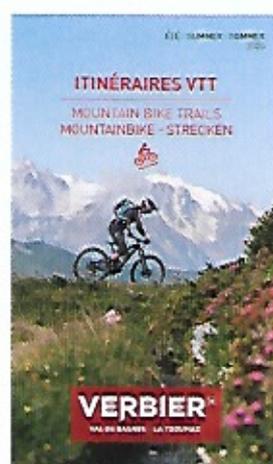
Les randonneurs, qu'ils soient expérimentés ou non, sont rassurés de partir en balade avec une carte en papier dans la poche. Elle leur permet d'avoir une vue d'ensemble des possibilités de la région, accompagnée d'indications sur les différents parcours proposés.

L'information est donnée de manière synthétique:

- Nom de la balade
- Lieux de passage
- Dénivelé
- Temps de marche
- Difficulté
- Nombre de kilomètres
- Informations diverses (restaurants, remontées mécaniques, arrêt de bus, etc.)



CARTE VTT



Cette carte propose une sélection d'itinéraires VTT variés pour les familles, les sportifs confirmés et les e-bikers.

Elle indique, entre autres, l'emplacement des bornes de recharge pour e-bike qui constitue une donnée de plus en plus utile au vu du succès de la pratique du vélo électrique.

CHIFFRES CLÉS

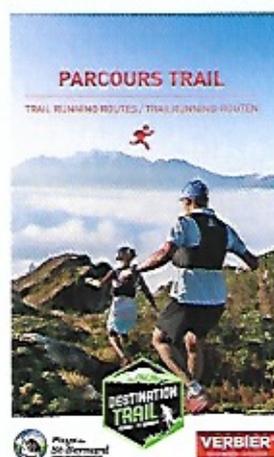


15'500 ex.
carte de randonnée été



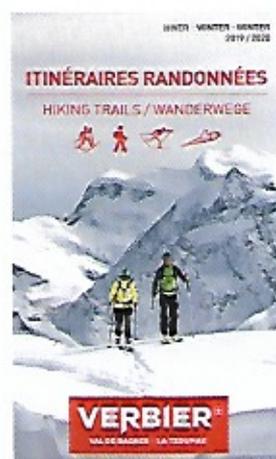
10'000 ex.
carte VTT

CARTE TRAIL



A la suite d'une initiative lancée par un groupe de passionnés de trail, dont les athlètes Jules-Henri Gabioud et Emily Vaudan, VT ainsi que le Pays du St-Bernard se sont unis dans le but de proposer des itinéraires adaptés à ce sport. Cette collaboration a permis la création d'une carte trail contenant les itinéraires sélectionnés par nos deux spécialistes locaux (voir aussi page 53).

CARTE DE RANDONNÉE HIVER



La carte de randonnées hivernales rassemble aussi bien les balades en raquette et les sentiers pédestres que les itinéraires de ski de randonnée ou encore les pistes de ski de fond. Les indications de temps, de difficulté, de dénivelé, etc. y sont indiquées de la même manière que sur la carte été.

CHIFFRES CLÉS



15'500 ex.
carte trail



38 randonnées
estivales



35 randonnées
hivernales



10'000 ex.
carte de randonnée hiver



22 itinéraires
trail



95 itinéraires
pédestres au total



23 itinéraires
VTT

APIDAE

2020 a été marquée par la mise en place d'un nouveau système d'information digital intitulé Apidae qui est un réseau d'acteurs du secteur touristique, créé en 2004, dans la région Rhône-Alpes.

Cet outil a fait ses preuves dans de nombreuses destinations touristiques d'Europe.

Ce nouveau système d'information touristique (SIT) nous a permis de mettre à jour toute notre base de données et comptabilise aujourd'hui plus de 1'000 fiches descriptives de l'ensemble de nos prestataires touristiques. C'est un travail qui se poursuit d'ailleurs afin d'y refléter l'évolution de l'offre touristique existante.

Apidae nous permet également d'automatiser une partie du travail d'information avec des outils liés au système tel que Dahub et Edit Yourself.

CHIFFRES APIDAE

25

départements

1363

clients

1

collectivité d'outre-mer

25'420

utilisateurs

26

animateurs départementaux

178

sociétaires

3

communautés

2'520

projets (+10% en 3 mois)

691

acteurs territoriaux

363'292

fiches publiées

631

fournisseurs de services

65%

des fiches respectent la qualité minimale

47

socioprofessionnels

58,50%

des fiches sont mises à jour depuis 3 mois

DAHUB

L'entreprise Dahub et son service nommé Hubo facilite le lien entre les prestataires locaux de la destination et les diffuseurs de l'information comme l'OT.

Directement connectée à la base de données Apidae, elle simplifie la mise à jour d'information. Nos prestataires reçoivent avant chaque début de saison un formulaire avec leurs informations visibles sur notre site internet. Ils peuvent ensuite modifier ou compléter leur descriptif, puis, après contrôle et validation de l'OT, les nouveautés s'enregistrent automatiquement dans la base de données centrale Apidae et sont diffusées sur le site verbier.ch.

EDIT YOURSELF

Cette application permet d'automatiser l'édition de documents distribués à nos hôtes. Reliée à la base de données Apidae, elle facilite grandement la mise en page d'informations, telles que:

- Liste des animations de la semaine
- Liste des événements de la semaine
- Liste des pharmacies (en cours de développement)
- Liste des ouvertures de restaurants (en cours de développement)



HIVER 2019/20

Durant l'hiver 2019/20, nous avons programmé diverses animations ayant fait leurs preuves par le passé, telles que l'atelier fromage, la sortie en raquettes, la visite de la brasserie ou encore l'initiation à l'escalade. Cependant, le nombre de participants n'a pas atteint le niveau attendu, avec seulement 20% de taux d'occupation à la mi-mars, période qui fut suivi de l'arrêt prématuré de la saison dû au coronavirus. Les conditions météorologiques et d'enneigement ayant été particulièrement bonnes cet hiver, ce facteur peut expliquer en partie le manque d'inscriptions durant la saison. L'équipe d'animation tire des conclusions plutôt mitigées qui permettront d'apporter des améliorations pour l'hiver 2020/21.

Durant les périodes d'affluence (Noël-Nouvel An et Carnaval), des châteaux gonflables ont été mis en place tous les après-midis à la salle de la Comba, avec la visite quotidienne de 30 à 40 enfants. C'est un espace apprécié par les familles, en particulier lorsque la météo est incertaine. Prévus encore à Pâques, ces châteaux gonflables n'ont pas pu être installés en raison de la situation sanitaire.

01.12-14.03

10

animations hebdomadaires

8

animations ponctuelles

218

inscriptions

/ ÉTÉ 2020

Face aux mesures et restrictions du Conseil Fédéral, la majorité des événements programmés pour l'été 2020 ont été annulés. Laisant un calendrier vide, de nouvelles activités ont dû être mises en place.

VT a collaboré avec plus de 40 prestataires d'activités dans le but d'offrir un catalogue d'animations authentiques et sportives à la découverte du patrimoine et de la culture de la région (voir projet et campagne VIP Pass+ page 39 et 41).

À cela s'ajoutent les efforts des organisateurs d'événements qui ont présenté une déclinaison de leurs événements habituels tel que les Verbier E-Bike Week-ends, prenant place tous les week-ends de juillet à septembre ou alors le Solaris (édition estivale du festival de musique électronique Polaris) ayant eu lieu les week-ends de juillet et août.

Des activités avec les ambassadeurs de Verbier ont également fait partie de notre programmation estivale. Accompagnées ou encadrées entre autres par Ludovic May, Emily Vaudan ou encore Yael Margelisch, ces animations ont permis à nos visiteurs de découvrir la vie d'un athlète et son activité. Que ce soit à vélo, en trail running ou en parapente, nos ambassadeurs ont partagé

leur expérience lors de demi-journées enrichissantes et uniques. En tant qu'activités inédites de l'édition spéciale été 2020 VIP Pass+, celles-ci étaient destinées aux détenteurs du VIP Pass.

Une nouvelle collaboration a vu le jour avec Festijoux et Cie qui crée des univers de jeux pour les enfants. 3 univers différents furent installés durant deux semaines au parc de loisirs, avec accès libre pour les familles et les enfants dès 3 ans. Ainsi, la dinette, les châteaux de sable et l'îlot enfants ont accueilli quelque 231 enfants et leurs parents.

Le nombre de participants aux animations a décollé cet été, dû notamment au fait que les activités étaient gratuites (VIP Pass+) et grâce à l'utilisation d'un nouveau système de réservation en ligne (webshop). Le paiement en ligne n'étant pas encore possible, la réservation via le webshop était uniquement réservée aux détenteurs du VIP Pass. Celui-ci nous a permis de toucher un public à plus grande échelle et a permis aux clients de réserver leurs activités en amont de leur séjour.

01.06-31.10

25

activités

dont 6 en collaboration avec des organisateurs d'événements (Verbier E-bike Weekends, Solaris, PALP) et 8 avec nos ambassadeurs

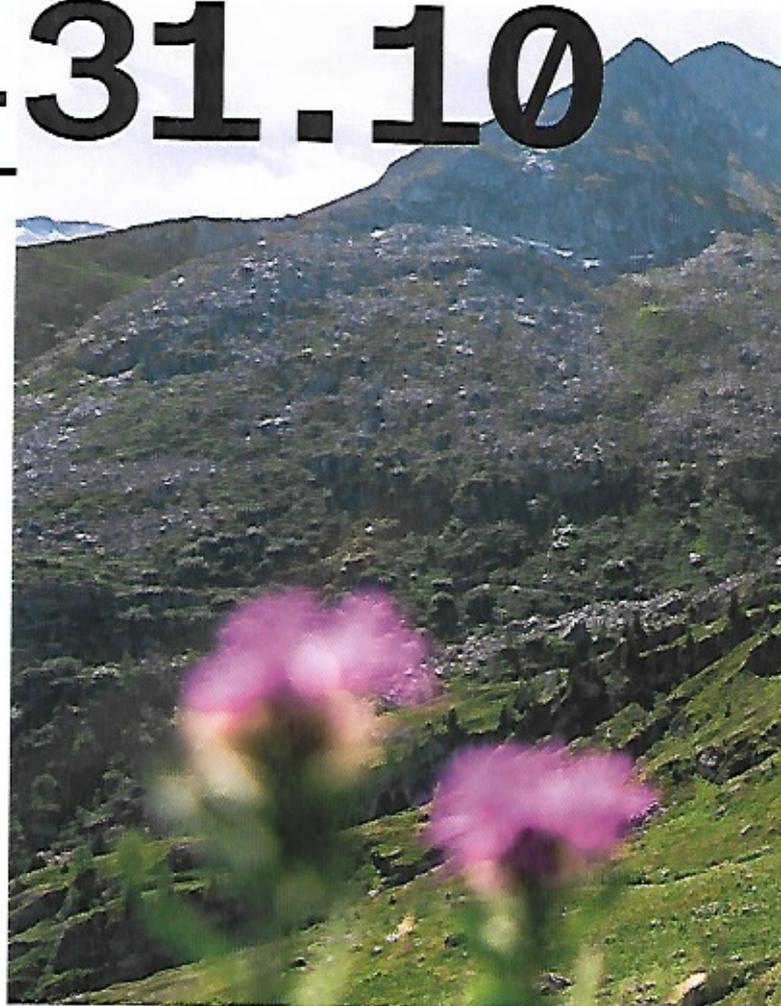
2'227

inscriptions

1'516

réservations

ont eu lieu entre la mi-juillet et la mi-août, ce qui représente 68% du total des participants de la saison.





2019/20: UN EXERCICE TOURISTIQUE MOUVEMENTÉ ET NÉANMOINS ENCOURAGEANT

Durant l'exercice 2020, l'équipe promotion de VT a connu passablement de changements, tant au niveau de son organisation que de ses membres. Ces dernières et ces derniers ont fait preuve d'adaptation et de flexibilité face aux événements sanitaires et aux différentes urgences et priorités qui en ont découlés. L'équipe a néanmoins lancé, accompli et porté de nombreux projets de manière admirable et avec un professionnalisme jamais démenti.

En plus des campagnes promotionnelles et du travail avec les médias – qui sont les piliers de tout plan d'action marketing – le renouvellement (tant technique que graphique) du site internet et la collaboration à la mise sur pied du VIP Pass+ ont fortement occupé les personnes de l'équipe. Ces actions ont demandé plus d'effort et de ressources, au même titre que la production, mise en forme et diffusion des informations liées au COVID. De nouvelles tâches, notamment liées à la gestion des événements, ont également été ajoutées sous la responsabilité du personnel.

La restructuration du département entamée durant l'automne aura permis de toujours mieux valoriser les talents et compétences de chacune et chacun. L'objectif étant de permettre à toutes et tous d'utiliser ses connaissances professionnelles au mieux et d'acquérir de l'expérience en ayant la responsabilité de projets complets, toujours en collaboration avec les autres membres de VT. Ce nouvel esprit collaboratif, ouvert et de responsabilisation individuelle permet à l'équipe de pouvoir se projeter vers l'avenir avec motivation et ambition.

/ COMMUNICATION LIÉE À LA SITUATION SANITAIRE COVID-19

La gestion de l'information autour du coronavirus a été pensée en deux volets: information interne à la destination (partenaires) et information externe à la destination (visiteurs).

L'information interne à la destination avait pour but de diffuser clairement et efficacement les informations tout en assurant une cohérence des messages entre les différents partenaires. Pour ce faire, différents processus ont été mis en place:

- Organisation de séances d'information spécifiques
- Envoi d'une newsletter hebdomadaire ciblée

L'information externe visait à informer et à rassurer nos visiteurs. Nous avons donc adapté nos canaux de communication habituels ainsi que développé de nouveaux outils spécifiques:

- Mise en place d'un portail dédié aux informations relatives à la situation sanitaire
- Engagements de la destination
- Conseils pratiques aux visiteurs et charte
- FAQ en deux volets (visiteurs et partenaires)
- Mise en avant des liens utiles
- Développement de visuels spécifiques à la destination
- Création et adaptation régulière d'un pop-up sur la page d'accueil du site internet
- Informations ciblées selon les domaines d'activité impactés

- Take-aways et services de livraison
- Commerces offrant des livraisons à domicile
- Adaptation des ouvertures des prestataires de services et d'activités
- Intégration de visuels adéquats dans les documents d'information (p.ex. Pocket Guide)
- Adaptation de la communication sur les réseaux sociaux avec, notamment, la création d'une websérie « From home with love » avec nos ambassadeurs
- Intégration d'un paragraphe situation sanitaire aux newsletters visiteurs
- Mise en place de processus internes pour répondre de manière précise et uniforme aux questions des visiteurs
- Journalistes et médias: accueils, activités et communiqués adaptés à la situation sanitaire
- Développement de masques de protection aux couleurs de la destination
- Réalisation d'un livret d'informations aux visiteurs pour la haute saison hivernale
- Coordination d'une charte Clean & Safe pour partenaires locaux



/ VERBIER INFINITE PLAYGROUND PASS: UN VIP PASS+ POUR L'ÉTÉ 2020

Pour sa quatrième année d'existence, le VIP Pass s'est adapté aux circonstances pour devenir le centre d'un programme d'offres et d'activités encore plus généreux et avantageux. De ce fait, une édition exceptionnelle, nommée VIP Pass +, a pris forme grâce à un travail considérable des équipes de VT, ainsi qu'à une participation active de tous les partenaires de la destination, qu'ils soient hébergeurs, commerçants, organisateurs d'événements ou ambassadeurs.

Ainsi, en plus de son offre classique qui offre, entre autres, un accès gratuit aux transports publics, aux remontées mécaniques, ainsi qu'au Musée de Bagnes et au Centre sportif de Verbier, le pass version 2020 a pu proposer à tous nos hôtes un contenu inédit et exceptionnel :

Offre spéciale du week-end du 10 au 12 juillet 2020 en collaboration avec l'AGIV, la SCAV et la SHCR

Programme des animations de l'office du tourisme gratuit à 100 %

Offres exclusives avec des événements phares de l'été (E-bike Festival, Solaris, etc.)

Activités spéciales avec des ambassadeurs de Verbier
Et une multitude d'offres en collaboration avec des partenaires

Pour plus d'informations sur le programme d'animations voir aussi p. 34.

40'329

utilisateurs

ont bénéficié de cette version inédite du VIP Pass.

3,4%

augmentation

par rapport à 2019, ce qui mérite d'être relevé en perspective à cette année COVID-19.

9'120

VIP Pass R2

ce qui représente env. 23% des utilisateurs (-2% par rapport à 2019).

RÉSULTATS DU SONDAGE ÉTÉ 2020



AU COURS DE TON SÉJOUR,
AS-TU UTILISÉ LE VIP PASS
ET SES AVANTAGES?

— Oui	64,6%
— Non	35,4%

DE QUELLES OFFRES
ET ACTIVITÉS AS-TU PROFITÉ?

— Remontées mécaniques gratuites pour les piétons	92,2%
— Cars postaux gratuits pour les piétons	44,3%
— Remises sur les activités partenaires	37,4%
— Animations de l'office de tourisme	27%
— Remontées mécaniques à 50% pour les VTT	22,6%



POUR QUELLES RAISONS
N'AS-TU PAS UTILISÉ
LE VIP PASS?

— Les avantages qui y sont proposés ne m'intéressaient pas	32,8%
— Je ne l'ai pas reçu	28,4%
— Je n'en ai pas l'utilité	16,4%
— Je n'en ai pas eu le temps/l'occasion	16,4%
— Autre*	6%

* notamment : la présentation n'était pas claire; je ne sais pas ce que c'est; j'ai déjà un abonnement annuel

Suggestions à apporter

(question ouverte, 34 réponses, ce qui ressort le plus) :

Simplifier l'activation du VIP Pass
Élargir les horaires des remontées mécaniques ou cars (dès 18 h 00, voiture nécessaire)
Large gamme d'activités appréciée, à maintenir pour 2021

/ CAMPAGNES

CAMPAGNE HIVER 2019/20 (25 NOVEMBRE 2019 – 13 MARS 2020)

Objectif: visibilité et promotion produits – mettre en valeur le panel d'activités et les partenaires de la destination.

Concept: mettre en avant des séjours et activités types selon le profil des visiteurs.

Déclinaison: les cinq profils types mis en avant étaient le sportif, l'aventurier, le branché, l'authentique et le VIP.

Diffusion: la diffusion a été pensée en deux temps, un lancement de saison puis une campagne de fin d'hiver pour la période du ski de printemps. Un portail expériences spécifiques a été créé, sur lequel les différents posts sur les réseaux sociaux, bannières et publicités redirigeaient. La vidéo de campagne a également été diffusée en cinémas et partagée largement dans la presse à l'aide de publiereportages.

576'811

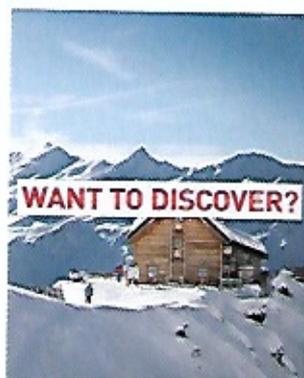
personnes touchées (couverture globale)
sur les réseaux sociaux, l'ensemble des campagnes (vues vidéos, retargeting et mise en avant des personas)

1'049'882

impressions

19'848

clics



La campagne a mieux fonctionné en français qu'en anglais ou en allemand. Le profil-type le plus performant a été le Verbier branché.

CAMPAGNE MONA LISA (25 JUIN – 15 JUILLET 2020)

Objectif: visibilité et notoriété destination – se démarquer des autres destinations de montagne en Suisse et en France voisine dans la relance de l'activité touristique.

Concept: provoquer la surprise en utilisant un personnage d'œuvre d'art connu, Mona Lisa, qui s'évade à Verbier pour l'été.

Déclinaison: spot TV; affichage F12 rues et gares; diffusion presse; diffusion Facebook, Instagram et YouTube; publicités sponsorisées.

830'631

impressions facebook

5'446'976

personnes touchées TF1 et RTS1

802'327

vues vidéos facebook

57

espaces d'affichage villes et gares

158'950

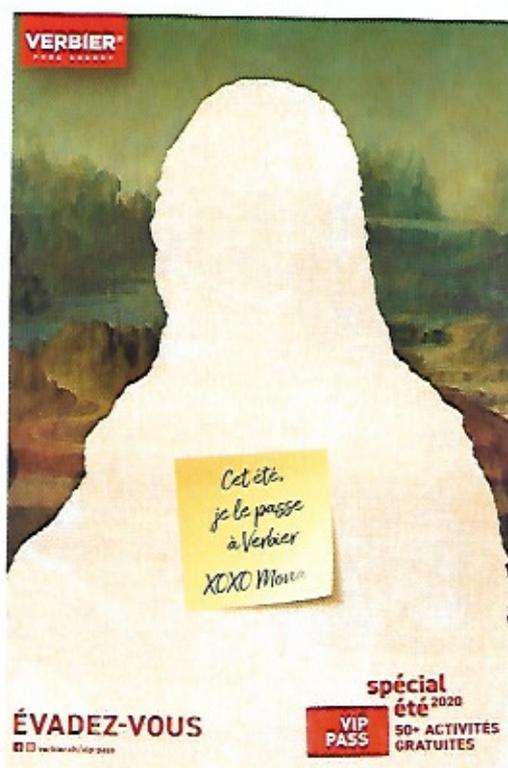
impressions google

286

écans Coop Pronto

66'455

vues google



CAMPAGNE VIP PASS (26 JUIN – 20 OCTOBRE 2020)

Objectif: visibilité – mettre en avant l'offre exceptionnelle du VIP Pass+.

Concept: utiliser des affichages et les réseaux sociaux pour illustrer que ceux-ci ne montrent généralement qu'une infime partie de l'offre globale de la destination.

Déclinaison: vidéos courtes et affiches autour de 6 thèmes (randonnée, via ferrata, brunch à l'alpage de Sery, golf, balades en famille, bike).

7'298'787

impressions facebook et instagram

928'057

vues facebook et instagram

2'538'910

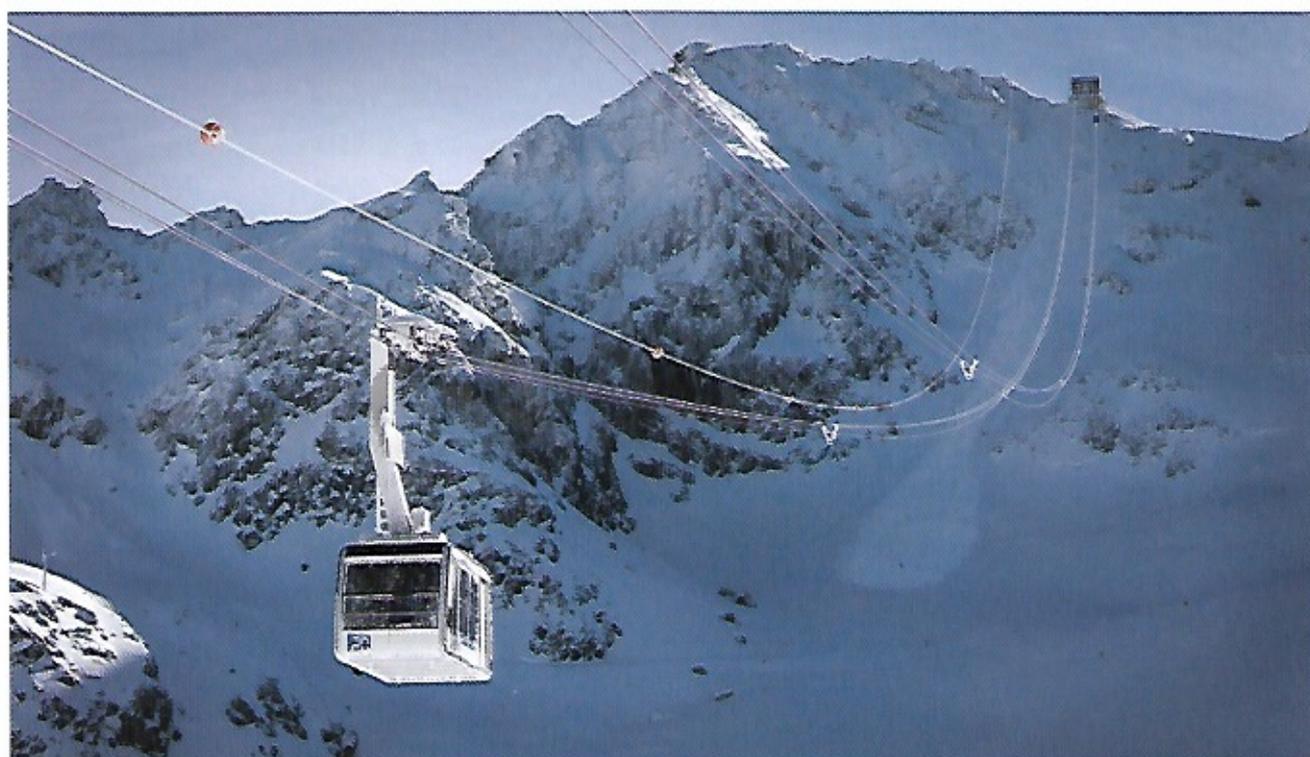
personnes touchées facebook et instagram

947'705

impression youtube

358'515

vues youtube



« Nous souhaitons connaître la propension de nos hôtes à recommander un séjour à Verbier durant la saison estivale. »

/ SONDAGE ÉTÉ

VT a réalisé, en novembre 2020, un sondage dont l'objectif était de mieux comprendre nos clients de l'été 2020 ainsi que les attentes de notre clientèle dans sa globalité en vue de la préparation de la saison estivale 2021.

Ce questionnaire a été partagé sur nos réseaux sociaux et transmis à notre base de données clients, en trois langues (français, anglais et allemand) via notre newsletter.

Le sondage a été réalisé sur une durée de 19 jours, du lundi 9 au vendredi 27 novembre 2020 et 321 répondants y ont pris part.

Etant donné sa large diffusion, la première question était de savoir si nos contacts étaient venus ou non durant l'été 2020 : **55.5%** d'entre eux ont effectivement séjourné à Verbier en été 2020, **44.5%** ne sont pas venus.



RAISON PRINCIPALES DE NON-VENUE

■ à cause du coronavirus	46.9%
■ autre*	30.7%
■ j'ai préféré une autre destination de montagne	12.6%
■ Je n'ai pas d'intérêt pour des vacances à la montagne en été	9.8%

* notamment: contraintes professionnelles; budget; excursionniste; vacances en bord de mer

En ce qui concerne le profil du voyageur de Verbier en été 2020, nous souhaitions savoir s'il s'agissait de son premier séjour dans notre destination: **6,7%** ont découvert Verbier pour la première fois alors que **93,3%** y étaient déjà venus (la plupart des répondants se considèrent même comme des habitués, en été comme en hiver).



MANIÈRE DE VOYAGER

En famille	38.5%
En couple	32.4%
Entre amis	18.0%
Seul	11.1%

10

Nous avons également demandé à nos répondants s'ils s'étaient rendus dans les différents offices du tourisme au cours de leur séjour: **34,3%** n'y sont pas allés, alors que **65,7%** d'entre eux ont visité un office, avant tout pour demander un renseignement ou activer le VIP Pass. Ci-après, leur satisfaction quant à l'accueil qu'ils y ont reçu.

Pour finir, nous souhaitions connaître la propension de nos hôtes à recommander un séjour à Verbier durant la saison estivale.



LIEU DE SÉJOUR

Verbier	82.1%
Val de Bagnes	15.7%
La Tzoumaz	2.2%
Vollèges	0%



TYPE D'HÉBERGEMENT

Chez un privé	36.6%
Appartement loué	20.4%
Résidence secondaire	20.4%
Hôtel	14.2%
Résidence principale	4.7%
Autre (cabane, etc.)	3.7%



SATISFACTION DE L'ACCUEIL

Très satisfait	71.8%
Satisfait	17.1%
Peu satisfait	8.5%
Pas du tout satisfait	2.6%



PROPENSION À RECOMMANDER UN SÉJOUR

Recommande fortement	79.2%
Recommande	16.3%
Neutre	3.9%
Ne recommande pas	0.6%

Pour plus d'informations quant aux données sur le VIP Pass voir page 39.
Le rapport complet et détaillé du sondage est disponible sur demande via l'adresse partenaires@verbier-tourisme.ch.

/ RELATIONS PUBLIQUES ET INFLUENCEURS

Pilier important de la communication, les relations publiques (RP) avec les médias et les influenceurs nous permettent de renforcer notre image de marque et de gagner en visibilité, à un coût bien inférieur à celui de la publicité classique.

AGENCES PRESSE

VT a maintenu les mandats établis les années précédentes avec les agences de RP Links Communication (France), MindShake (Belgique) et Heaven Publicity (Grande-Bretagne). En effet, le travail des marchés respectivement belge, néerlandais, français et anglais demeure prioritaire pour notre région. Grâce à leur engagement, la destination a maintenu une bonne visibilité sur la scène médiatique étrangère.

Afin d'accroître notre présence RP sur le marché suisse et de rester concurrentiel face aux autres destinations de proximité en raison du COVID-19, une collaboration a été mise en place avec Francine Janet-Moreillon (FJM Comm) pour l'été 2020. Habitant la région et s'occupant déjà des relations médias pour l'Xtreme de Verbier et le Verbier E-bike Festival, sa connaissance de la région et de notre positionnement a permis de générer quelques belles retombées en Suisse.

ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS

Malgré le contexte sanitaire peu propice aux déplacements, nous nous réjouissons de belles retombées presse en 2020. Au total, la région a accueilli 80 journalistes et 34 influenceurs (dont des blogueurs et des instagrameurs).

Deux voyages de presse de groupe furent organisés durant l'hiver, mettant en avant le ski de randonnée et les cabanes de montagne ainsi que le domaine skiable et la gastronomie locale. L'axe de communication choisi mettant notamment en avant les grands espaces faisait d'ailleurs écho à la campagne de Suisse Tourisme (ST) Nature wants you back. Grâce à notre partenariat avec ST Brésil, nous avons pu accueillir trois influenceuses voyage d'importance durant la saison hivernale.

Les thématiques estivales ont quant à elle été orientées autour des actualités de notre région telles que le trail en lien avec le lancement des 21 itinéraires entre Val de Bagnes et Pays du St-Bernard, ainsi que le vélo de route faisant écho à notre partenariat avec les Championnats du Monde Route UCI qui devaient se tenir en septembre 2020. Le patrimoine et terroir local ont également été mis à l'honneur via différents accueils en collaboration avec le Palp Festival et l'Association des Artisans et Paysans de Sarreyer et le mouvement Slow Food.

L'exercice a aussi été ponctué de visites individuelles tant en été qu'en hiver.





104

journalistes et influenceurs reçus

51

voyages de presse groupes et individuels

440

millions, l'audience estimée
en nombre de personnes touchées

2,5

millions en CHF, l'équivalence
publicitaire estimée

PARUTIONS PHARES GÉNÉRÉES EN BELGIQUE GRÂCE AU VOYAGE
DE PRESSE CONSACRÉ AU SKI DE RANDONNÉE

« Hakken los dicrenhuiden, aan »

(ski de randonnée à Verbier)

2 pages dans les trois principaux quotidiens belges
néerlandophones

Het Nieuwsblad, Gazet Van Antwerpen et Belang Van
Limburg (B)

Lectorat cumulé: 2 millions de personnes

Équivalence publicitaire: 60'000 EUR

« La meilleure peuf, sans tracé ? Suivez le guide »

Beau récit publié sur la plateforme web du quotidien
généraliste et sportif national belge

La Dernière Heure les Sports (B)

Audience touchée: 670'000 personnes

Équivalence publicitaire: 42'000 EUR

« An Unforgettable Ski Experience in Verbier, Switzer-
land »

Article sur l'expérience du ski de randonnée et les
initiatives durables sur le blog belge néerlandophone
Travel Rebel (B)

Audience touchée: 80'000 personnes

Équivalence publicitaire: 9'500 EUR

ÉVÈNEMENTS PRESSE

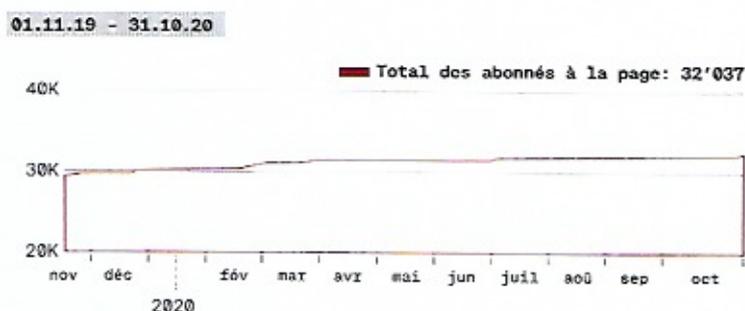
Habituellement, nous nous déplaçons chaque année à l'étranger pour rencontrer des journalistes et influenceurs lors d'événements presse. La pandémie nous ayant contraint à rester en Suisse en mars, nos attachés de presse présents sur place ont pu prendre le relais brillamment. Ils ont notamment représenté VT lors de l'IMM London (International Media Meeting) et 100% Pure organisé à Knokke-Le-Zoute en Belgique. Au total, notre destination et les axes phares de l'été ont été présentés à 42 médias britanniques et 30 médias belges. Pour lancer la saison hivernale et définir les futurs accueils presse, des réunions virtuelles et téléphoniques ont été réalisés en octobre.

Le seul événement auquel VT a pu prendre part en présentiel fut 100% Green en septembre à Chamonix. Notre directeur a ainsi représenté la destination lors d'une table ronde rediffusée en streaming à une trentaine de médias belges sur la thématique de la montagne durable vue de Suisse.

/ RÉSEAUX SOCIAUX

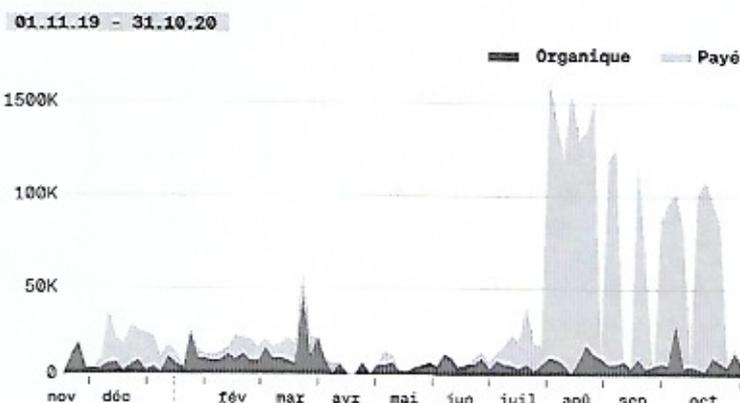
ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK

La communication autour de la destination via les réseaux sociaux reste généralement intensive avec une multitude de nouveaux formats, séries et concepts engageants développés et diffusés tout au long de l'année 2020 auprès de notre communauté. Un effort considérable est mis sur les plateformes Facebook et Instagram, tout en continuant à exploiter (YouTube, Linked In, Twitter) et à développer de nouveaux canaux cohérents et impactant (Tik Tok, Spotify).



ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK

Le nombre de personnes qui ont vu une de nos publications au moins une fois. Cet indicateur est une estimation.



ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

	f	ig	yt	tw	in
Nombre d'abonnés au 31.10.20	32'037	49'873	5'206	5'167	1'326
Évolution du 01.11.19 au 31.10.20	+2659	+7603	+2747	+184	+347

NEWSLETTER



Notre base de données regroupe plus de **12'000** contacts, audience à laquelle nous adressons hebdomadairement des newsletters.

Différents formats de newsletters sont proposés régulièrement : **newsletters clients**, **newsletters partenaires**, **ski news** ou encore **e-mailing** autour de diverses promotions en lien avec la destination.

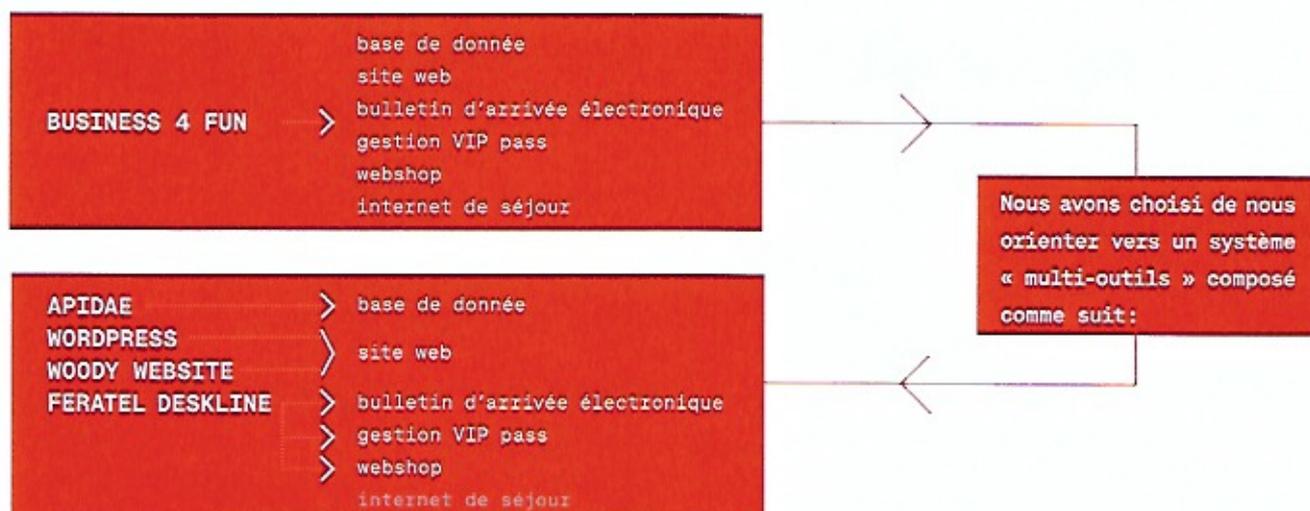


/ NOUVEAU SITE INTERNET

La solution digitale proposée par notre ancien fournisseur regroupait tous nos outils sous une même responsabilité.

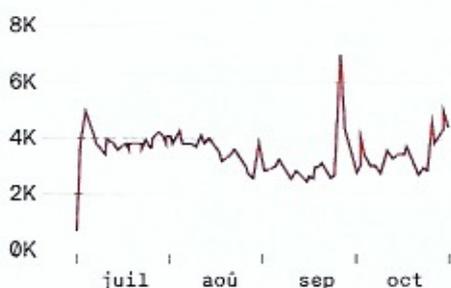
À la suite des difficultés rencontrées avec ce fournisseur et après le constat que cette formule ne correspondait plus à nos besoins, nous sommes partis à la recherche de la solution optimale pour notre écosystème digital.

Grâce à ce nouvel écosystème ainsi qu'aux efforts déployés pour alimenter la base de données et créer des contenus adaptés et attrayants, nous avons rapidement pu lancer le nouveau site internet pour l'été 2020, puis le perfectionner pour l'hiver 2020/21.



01.07.20 - 31.10.20

Traffic sur le nouveau site internet



250'000 utilisateurs
460'000 sessions ouvertes

/ TRAVAIL DES MARCHÉS

La situation sanitaire particulière a fortement impacté notre travail des marchés durant l'année 2019/20. Nous avons cependant pu mener à bien un certain nombre d'actions détaillées ci-dessous :

PARTENARIAT SUISSE TOURISME BRÉSIL

Nous avons accueilli à Verbier en janvier un groupe de 6 tours opérateurs et agents de voyage brésiliens pour un voyage de familiarisation. Lorsque la situation sanitaire s'est détériorée, nous avons pu maintenir une présence par l'envoi d'une newsletter dédiée à notre destination ainsi que par un webinar, suivi par 23 participants, organisé pour introduire différents acteurs touristiques brésiliens à la destination.

PARTENARIAT LIVERPOOL FC

En plus des habituels programmes de match et newsletters, nous avons pu mener deux actions directement sur le terrain à Liverpool: une invitation à des tours opérateurs britanniques importants pour Verbier à nous rejoindre lors d'un match afin de développer notre collaboration et la tenue d'un événement promotionnel en loge. Malheureusement, les autres actions prévues, dont la présence de légendes du club à Verbier, n'ont pu avoir lieu en raison de la situation sanitaire.



accueil de tours opérateurs britanniques lors d'un match du LFC au stade Anfield à Liverpool.

PARTENARIAT CARPOSTAL

L'année 2019/20 a été l'occasion de renouveler notre collaboration avec CarPostal autour d'une campagne intitulée « Votre excursion dans le Val de Bagnes » mettant en avant nos parcours bike, des idées d'excursions et notre logo sur leurs différents canaux de communication.

COLLABORATION AVEC MRAG

L'année 2019/20 aura été la dernière année de notre partenariat avec Matterhorn Region AG (MRAG), société de commercialisation de Valais/Wallis Promotion sur les marchés lointains principalement asiatiques. La dernière action de ce partenariat a été l'organisation d'un famtrip (voyage de familiarisation) durant lequel nous avons accueilli 2 représentants de l'entreprise Huabei, entreprise de microcrédit reliée à Alipay du géant Ant group.

COLLABORATION MICE AVEC VWP

La gestion du MICE (meeting, incentive, congrès et events) au sein de Valais Wallis Promotion ayant depuis été attribuée à MRAG, l'année 2019/20 aura été la dernière de notre collaboration sur ce sujet. À la suite de l'annulation de différents événements en raison du coronavirus, la dernière action de ce partenariat a été l'organisation d'un famtrip pour des représentants de la branche MICE de Kuoni.

COLLABORATION AVEC LONGLONG LI

Notre collaboration avec Longlong Li, spécialiste en accompagnement de la clientèle chinoise, a continué selon le modèle des années précédentes lors de la saison d'hiver 2019/20.

AUTRES ACTIONS TRADE ET MICE

Casamigos: événement de lancement de la tequila de George Clooney et accueil de 50 influenceurs européens en collaboration avec ALS Ski (UK)

Famtrips Ski Safari organisés par VWP: Allibert (FR); Grand Angle (FR)

Famtrip tradé: Flagstone Travel (UK); Sanctuary Ski Club (US); Snowcapped (AU)

Famtrip avec Présence Suisse: accueil d'une délégation chinoise invitée par le DFAE, le Département fédéral des affaires étrangères, en collaboration avec la Commune de Bagnes et Téléverbier (CN)

/ SPONSORING

VT a à cœur non seulement de soutenir les athlètes prometteurs et reconnus de sa région du Val de Bagnes, mais également de collaborer avec eux pour créer du contenu inspirant et développer en commun des actions de promotions originales. Le but recherché est que tant VT que l'athlète puissent bénéficier de visibilités médiatiques et touristiques.

Nouveaux ambassadeurs:

La sportive multi-disciplines Emily Vaudan
Le skieur alpin prometteur Luc Roduit

Les ambassadeurs historiques:

Justin Murisier (ski alpin)
Ludo May (bike)
Géraldine Fasnacht (freeride, wingsuit)
Arnaud Gasser (ski-alpinisme)
Jérôme Caroli (bike)
Xavier de le Rue (freeride)
Yael Margelisch (parapente)

En plus de ces personnes, VT est fier de participer à la Verbier Freeride Association (VFA), dont le but est de soutenir de jeunes riders voulant se lancer dans le ski freeride de compétition via le Freeride World Tour et ses différentes catégories ou événements. Au travers de cette association, ce sont une douzaine d'athlètes supplémentaires qui reçoivent un soutien:

Elisabeth Gerritzen
Yann Rausis
Carl Rennval
Maude Besse
Eva Batolla
Sybille Granjean
Adrian Hildebrandt
Théo Chely
Xavier Thiébaud
Emma Piguet
Victor Hale-Wood
Simon Perraudin



JUSTIN MURISIER



EMILY VAUDAN

PARTENAIRES COMMERCIAUX

Dans le même esprit que pour les ambassadeurs, Verbier souhaite s'associer à des marques qui ont le même ADN de valeurs (esprit inspirant, innovation et qualité premium) pour développer une histoire commune autour

d'actions de visibilité bénéfiques aux deux parties. VT est donc très fier de pouvoir continuer de compter sur ses partenaires: Audi, Sungod, Salomon.





Notre destination connaît une attractivité et une notoriété d'importance nationale et internationale, grâce à son paysage mais aussi et surtout grâce à ses acteurs locaux qui dynamisent avec énergie son développement. Il importe à VT de soigner et de renforcer les liens avec les associations faitières et les partenaires locaux. Dans le cadre de la restructuration mise en place début 2020, le département de la coordination locale a été créé pour assurer un point de contact privilégié avec les partenaires locaux, en priorité ceux qui s'acquittent de la taxe de promotion touristique communale (TPT). Une adresse de contact centralise les demandes et facilite les échanges : partenaires@verbiertourisme.ch.

Cette nouvelle coordination s'est avérée particulièrement utile dans la gestion de crise liée au Covid-19.

Rappel des objectifs :

- Renforcer la collaboration et les synergies avec les partenaires locaux
- Accroître la visibilité de la marque Verbier
- Garantir plus de cohérence dans les actions et la communication entre les différents partenaires locaux
- Mutualiser les investissements en faveur de la notoriété et de la fréquentation de la destination

Actions principales :

- Gestion des demandes et rencontres de partenaires locaux
- Développement d'une politique de soutien aux partenaires locaux assujettis à la TPT
- Gestion des conventions de collaboration
- Coordination des prestataires participants au VIP Pass
- Newsletters partenaires hebdomadaires
- Charte Covid-19 et FAQ pour partenaires locaux disponibles sur verbier.ch/covid
- Gestion des réclamations
- Coordination avec les associations faitières et les services communaux
- Gestion de projets phares

70

newsletters partenaires envoyées
à 800 abonnés en moyenne

1'200

partenaires TPT

/ PROJETS PHARES

PROJET HAUT VAL DE BAGNES

Une réflexion a été réalisée à partir du mois de juin 2020 dans le but d'offrir à la région du Haut Val de Bagnes (HVB) une vision nouvelle, comprenant un développement touristique modéré, au moyen d'une valorisation et sensibilisation de son patrimoine naturel et culturel. De par sa géographie et son degré de protection au niveau cantonal et fédéral (Inventaire fédéral du paysage 1703), le HVB se révèle être un espace à mieux valoriser tout en le préservant.

Cette démarche doit permettre à la destination de VI de se repositionner en termes de durabilité, en valorisant les aspects environnementaux et sociaux que les enjeux d'un territoire naturel représentent. A l'aube de l'hiver 2020/21, la phase opérationnelle est enclenchée, des actions concrètes sont agendées pour l'été 2021 dans le domaine de l'affichage touristique, de la mobilité, de la promotion ainsi que des animations touristiques.

Cette recherche a été initiée par Anne Sieber-Zeller, en étroite collaboration avec la Société de développement du Val de Bagnes, l'Association Formation Emploi et le Canton du Valais.



lieu-dit La Paume à Chanrion, exemple d'une nature emblématique et d'enjeux de protection du paysage suisse au niveau local

70%

de la superficie communale
est couverte par le Haut Val de Bagnes

SKIALP

Verbier/Val de Bagnes, les Guides de Verbier, le Pays du St-Bernard ainsi que la région d'Aoste se sont associés dans le but de créer un pôle d'intérêt pour le ski alpinisme au niveau européen avec la collaboration de l'Antenne région Valais Romand. En 2020 le groupe de travail s'est concentré sur la création d'un site internet et d'une application afin de proposer aux pratiquants divers itinéraires, à découvrir avec un guide de montagne. Le projet devrait être finalisé pour fin 2021.

3

régions

45

itinéraires



montée au Rognieux

TRAIL

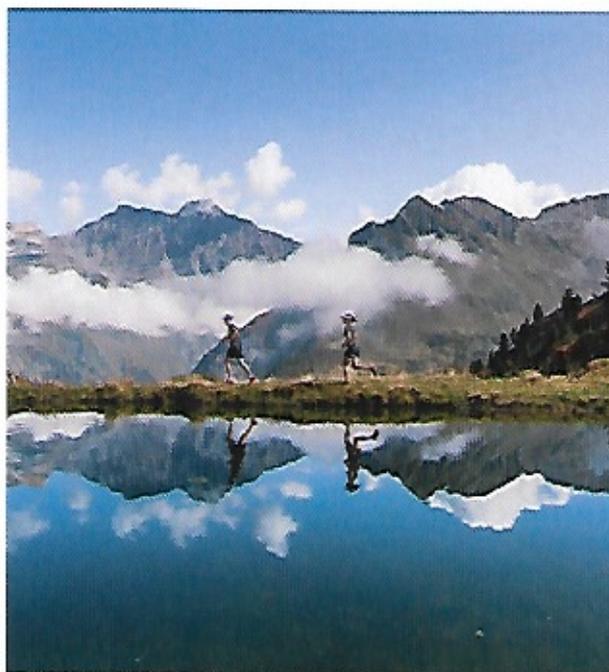
Depuis longtemps, la région de l'Entremont est au cœur de ce sport, puisqu'elle accueille des courses reconnues mondialement, comme l'Ultra Trail du Mont-Blanc (UTMB) et le Trail Verbier-St-Bernard (Trail VSB). En 2020, Verbier/Val de Bagnes s'est joint à la région du Pays du St-Bernard pour proposer au public quelques 21 itinéraires balisés afin de leur permettre de découvrir une destination aux mille visages. Cette collaboration a été couronnée par l'édition d'une nouvelle carte trail disponible dans nos offices du tourisme.

415

km de parcours trail balisés entre
Verbier/Val de Bagnes et le Pays du St-Bernard

33'000

m de dénivelé positif balisés pour les traileurs



traileurs près de la cabane Brunet

ENTRETIEN ET SOUTIEN TERRAIN

Chaque année un nombre important de travaux de montage/démontage et d'entretien sont coordonnées avec la commune. Ces efforts en extérieur sont indispensables au bon fonctionnement de notre destination et au bien-être de nos clients et partenaires locaux.

L'équipe de VT assure notamment l'organisation des feux d'artifice du 1er Août, l'installation des enseignes en bois #VERBIER à La Chaux et à la Croix de cœur ainsi que de la patinoire située près du parc de loisirs, l'entretien du parcours Vita et des places de pique-nique, la mise en place des bacs à fleurs, la fauche, l'entretien et le balisage des chemins pédestres et des parcours de raquettes à neige aux alentours de la station. Ces travaux assurés en extérieur incluent également la gestion des décorations de Noël ainsi que de nombreuses contributions manuelles aux montages des événements majeurs.

Jusqu'à l'été 2020, les oriflammes des événements majeurs étaient installées dans les rues de la station, avant que celles-ci soient interdites sur décision cantonale.



entretien de l'enseigne #VERBIER à La Chaux

60

illuminations de Noël gérées en collaboration avec la Commune et Altis

80

bancs publics installés chaque été

100

livraisons de brochures auprès des partenaires locaux



VERBIER 
PURE ENERGY

**/ RAPPORT
DE GESTION
ANNEXE**

2020

/INDEX

- 03 —
**RAPPORT DES COMPTES
DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT**
- 03 BILANS COMPARÉS
AUX 31 OCTOBRE 2020 ET 2019
- 04 DÉTAILS COMPARÉS DES RECETTES
DES EXERCICES 2019/2020 ET 2018/2019
ET BUDGET 2019/2020 EN CHF
- 04 DÉTAILS COMPARÉS DES CHARGES
DES EXERCICES 2019/2020 ET 2018/2019
ET BUDGET 2019/2020 EN CHF
- 05 TABLEAU DES AMORTISSEMENTS
DES IMMOBILISATIONS DE L'EXERCICE 2019/2020
EN CHF
- 05 ANNEXES COMPARÉES AUX COMPTES ANNUELS
EN CHF
- 06 —
RAPPORT DE RÉVISION
- 07 —
PV AG EXERCICE 2018/2019

IMPRESSUM

Rédaction: Verbier Tourisme

Graphisme: Grand Partenaires

Photographies: Verbier Tourisme

Impression à Verbier: Publibagnes, avril 2021

Tirage: 150 ex.

Disponible en version numérique

/ RAPPORT DES COMPTES DE LA SDV

BILANS COMPARÉS
AUX 31 OCTOBRE 2020 ET 2019 EN CHF

ACTIF	31.10.2020	31.10.2019	PASSIF	31.10.2020	31.10.2019
CIRCULANTS			CAPITAUX ÉTRANGERS À COURT TERME		
Caisses	8'648	8'030	Créanciers	336'654	533'041
Postfinance	403'506	331'958	Autres dettes à court terme	20'129	10'141
Banques c/c	857'534	398'105	SDVDB c/c	429	0
Débiteurs	377'286	722'238	Passifs de régularisation	141'170	253'813
Provision pour pertes sur débiteurs	(65'000)	(20'476)	Passifs de régul. déd. TS s/année suivante	545'000	509'558
Autres créances à court terme	2'957	7'566	Provision VIP Pass+	220'000	0
SDVDB c/c	0	1'208	Provision ergonomie et aménagement	25'000	0
VP SA c/c	12'182	5'255		1'288'383	1'306'552
Actifs de régularisation	12'690	104'831			
	1'609'804	1'558'715			
IMMOBILISATIONS FINANCIERES			CAPITAUX PROPRES		
Actions VP SA	11'250	11'250	Capital initial	412'557	424'425
Banque, garantie loyer	116'642	116'642	Résultat de l'exercice	52'660	-11'868
	127'892	127'892		465'217	412'557
IMMOBILISATIONS CORPORELLES					
Informatique	6'600	11'000			
Installations bureau et divers	9'300	15'500			
Machines et installations	2	2			
Véhicules	1	6'000			
	15'903	32'502			
TOTAUX DE L'ACTIF	1'753'599	1'719'109	TOTAUX DU PASSIF	1'753'599	1'719'109

DÉTAILS COMPARÉS DES RECETTES
DES EXERCICES 2019/2020 ET 2018/2019 ET BUDGET 2019/2020 EN CHF

DÉSIGNATION	COMPTES 2019/2020	COMPTES 2018/2019	BUDGET 2019/2020
TAXES DE SÉJOUR			
Taxes de séjour hôtels	442'690	566'260	
Taxes de séjour chalets + appartements	579'720	672'862	4'250'000
Taxes de séjour forfaits + nuitées propriétaires	3'172'493	3'132'059	
	4'194'904	4'371'181	
Déductions TS reportées s/année suivante	(404'596)	(509'558)	(410'000)
Cotisations membres et place de marché	10'900	14'400	15'000
	3'801'208	3'876'023	3'855'000
AUTRES RECETTES			
Ventes, produits divers et extraordinaires	27'797	38'244	35'000
Participations VIP Pass (hors parts SDVDB et TZ aux RM)	3'371	544	205'000
Subvention commune de Bagnes	540'000	40'000	40'000
	571'168	78'788	280'000
TOTAL DES RECETTES	4'372'376	3'954'811	4'135'000

DÉTAILS COMPARÉS DES CHARGES
DES EXERCICES 2019/2020 ET 2018/2019 ET BUDGET 2019/2020 EN CHF

DÉSIGNATION	COMPTES 2019/2020	COMPTES 2018/2019	BUDGET 2019/2020
Accueil, animation, information	576'629	368'335	380'000
Manifestations, événements	648'561	650'000	650'000
VIP Pass (hors parts SDVDB et TZ aux RM)	797'005	799'004	1'075'000
Provision VIP Pass+	220'000	0	0
Sociétés locales, cotisations, dons	35'540	92'155	70'000
Subvention Promobike	90'000	90'000	90'000
Marketing, matériel publicitaire, promotion et sponsoring	28'790	52'670	45'000
Informatique, site internet et application mobile	55'430	61'839	50'000
Salaires et charges sociales, personnel externe et autres frais personnel	1'164'626	1'075'013	1'177'000
Loyers, charges immeubles (y.c. frais aménagement)	134'052	186'261	120'000
Provision ergonomie et aménagement	25'000	0	0
Frais généraux, téléphone, administration, comité	143'727	140'947	170'000
Infrastructure	372'600	367'739	365'000
Intérêts et frais bancaires	532	1'826	3'000
Amortissements	27'225	80'890	55'000
TOTAL DES CHARGES	4'319'715	3'966'679	4'250'000
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	52'660	(11'868)	(115'000)

TABLEAU DES AMORTISSEMENTS
DES IMMOBILISATIONS DE L'EXERCICE 2019/2020 EN CHF

DÉSIGNATION	VALEUR AU BILAN 01.11.19	AQUISITIONS/ (VENTES)	TOTAL	DURÉE	AMORTISSEMENTS 2019/2020	VALEUR AU BILAN 31.10.20
Informatique	11'000	7'891	18'891	s/3 ans	12'291	6'600
Installations bureau et divers	15'500	435	15'935	s/3 ans	6'635	9'300
Mobilier et machines bureau	2	0	2		0	2
Véhicule	6'000	2'300	8'300	s/5 ans	8'299	1
	32'502	10'626	43'128		27'225	15'903

ANNEXES COMPARÉES AUX COMPTES ANNUELS
EN CHF

DÉSIGNATION	31.10.2020	31.10.2019
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).		
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		
Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition diminuée des amortissements nécessaires. Les amortissements sont calculés selon la méthode linéaire.		
NOMBRE DE COLLABORATEURS		
Nombre d'emplois à plein temps en moyenne annuelle	<10	<10
PARTICIPATION		
Verbier/Val de Bagnes - La Tzoumaz Promotion SA à Bagnes		
Capital-actions: CHF 100'000.00		
Pourcentage détenu du capital et des voix: 5%		
Valeur comptable	11'250	11'250
DETTES ENVERS DES INSTITUTIONS DE PRÉVOYANCE	18'632	10'141
AUTRE INFORMATION PRESCRITE PAR LA LOI	Néant	Néant

/ RAPPORT DE RÉVISION

Fidag

GENÈVE | JURA | VALAIS | VAUD

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'assemblée générale de Société de développement de Verbier / Val de Bagnes (SDVB), à Val de Bagnes

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels de votre association pour l'exercice arrêté au 31 octobre 2020.

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 rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

Fiduciaire FIDAG SA



Philippe Pierroz
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable



Christophe Pitteloud
Expert-réviseur agréé

Martigny, le 7 avril 2021
Exemplaire numérique

POINT 7 – RAPPORT DE L'ORGANE DE CONTRÔLE

- Laurence Fellay procède à la lecture du rapport de l'organe de révision « FIDAG » du 13 mars 2020.
- Le rapport de révision est approuvé à l'unanimité par l'assemblée et également via les bulletins de vote reçus.

POINT 8 – QUINTUS AUX ORGANES RESPONSABLES DE LA SDV

- L'assemblée donne décharge aux organismes responsables de la Société de Développement.

POINT 9 – ADMISSIONS & DÉMISSIONS

- Aucune admission ni démission n'a été enregistrée lors de l'exercice 2018/2019.
- Lors de l'assemblée générale de l'exercice 19/20, aura lieu le renouvellement des membres du comité ainsi que de son président. En effet cela se produit après chaque renouvellement des autorités politiques.
- En revanche à l'opérationnel a eu lieu un changement de directions. Les deux directeurs, soit Joël Sciboz pour la Société de Développement de Verbier et Pierre-André Gremaud pour Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz Promotion SA, ont été remplacés par un seul directeur, Simon Wiget qui a repris la direction des deux entités au mois de février 2020.
- Florian Michellod tient à remercier les deux anciens directeurs pour le travail effectué au sein des deux entités citées ci-dessus, malgré la période difficile lors de leur arrivée en 2013.

POINT 10 – DIVERS

- Florian Michellod passe la parole aux membres présents par vidéo-conférence.

- François Corthay souhaite s'exprimer:

Il remercie l'OT pour le travail effectué lors de cette année compliquée avec notamment la fermeture des remontées mécaniques au mois de mars 2020. L'été s'est malgré tout très bien déroulé et celui-ci félicite le président de la SD pour tout ce qui a été mis en place. Il espère que l'hiver pourra également bien se dérouler et dans des conditions plus au moins acceptables. Il demande qu'est-ce qui est prévu cet hiver au niveau de la sécurité, de la gestion des flux des touristes et des points les plus fréquentés de la station?

- Eloi Rossier prend la parole pour répondre à celui-ci:

La cellule covid de la commune se réunit très régulièrement, en principe au minimum deux fois par semaine et tous les points cités ci-dessus y ont été abordés, d'une part les points touchant directement les remontées mécaniques, en étroite interaction avec TVSA et notamment les points touchant le domaine public comme c'est le cas pour les places de Curala et de Médran ainsi que les rues de la station, en étroite collaboration avec TVSA, les TMR, la commune (service de la sécurité et de la police) et l'office du tourisme.

L'OT se charge également de la coordination des informations et de la communication auprès des partenaires. Une séance partenaires est d'ailleurs agendée mardi 22 décembre 2020 à 14h00. Cette séance est capitale, en fonction des futures décisions qui seront prises par le Conseil fédéral prochainement. Elle permettra d'informer les partenaires et leur permettra de mettre en œuvre le plan de protection de leur association faitière, correctement. Il incombe ensuite à la commune de contrôler la mise en œuvre et l'application de ces différents plans de protection. Chaque jour apporte son lot d'améliorations dans les propositions faites pour la mise en œuvre de ces différents plans

de protection. Le tout doit être couvert par un plan de protection établi par la commune qui doit couvrir l'ensemble des lieux critiques du territoire communal. La commune a établi les mesures à prendre et est en train d'engager le personnel nécessaire pour assurer la mise en œuvre de ces différents plans, avec l'aide du service de la sécurité et des Covid Angels.

Concernant les tests Covid, un centre de test ouvrira le 19 décembre 2020 à Périn, celui-ci a été mis en place par la commune avec l'étroite collaboration des pharmacies et médecins de la vallée.

Un budget spécial Covid sera établi et soumis à la commune Val de Bagnes.

- Florian Michellod remercie Eloi Rossier pour ses réponses et remercie également toutes les personnes qui œuvrent jour après jour à la réussite de nos activités touristiques, Simon Wiget et tous les employés de Verbier Tourisme, les membres des comités des Sociétés de Développement de Verbier et du Val de Bagnes pour leurs échanges et leur soutien, les membres de Verbier - Val de Bagnes - La Tzoumaz Promotion SA, les partenaires, la Commune de Bagnes, TVSA et tous les partenaires de la station pour leur collaboration.

Un grand merci notamment à Eloi Rossier, actuel président de la Commune de Bagnes dont le mandat se termine le 31 décembre 2020, merci pour tout ce qu'il a fait pour le tourisme, pour son engagement, son soutien, son implication quasi journalière et pour le développement de notre station et notre vallée. Il est capital pour une région comme la nôtre d'avoir un président de commune dévoué, à l'écoute des problèmes et opportunités touristiques. Eloi a magnifiquement tenu ce rôle. Au nom de la SDV et de son comité un grand merci et plein succès pour le futur.

- Florian Michellod émet une recommandation pour la saison hivernale: être vigilant et attentif et faire preuve de solidarité, notamment pour chaque partenaire envers son voisin. Il est impératif de respecter les règles établies et de les transmettre aux employés et personnes qui viennent nous visiter, il faut également éviter toute situation de délation.

- Eloi Rossier remercie Florian Michellod pour les propos qui lui ont été adressés. Il est vrai qu'il est très attaché au tourisme et à sa réussite car sans le tourisme, la Commune de Bagnes ne peut pas vivre, cette réussite n'est pas due qu'à lui, car chacun y a apporté sa part et notamment Florian Michellod en tant que Président de la SDV. Il est persuadé que son successeur, Christophe Maret œuvra avec le même engagement en faveur du tourisme.

POINT 11 – CLÔTURE DE LA SÉANCE

Florian Michellod clôt la séance à 17h45 en espérant pouvoir organiser l'assemblée générale du mois d'avril 2021 en présentiel et à nouveau partager un moment tous ensemble, si les conditions sanitaires le permettent.

Le Châble, le 18 décembre 2020



Le Président: Florian Michellod