



/ RAPPORT DE GESTION

Thyon Région Tourisme SA

2021



/ INDEX

04	MOT DE LA PRESIDENTE DE THYON REGION TOURISME SA
06	MOT DE LA DIRECTRICE DE THYON REGION TOURISME SA
08	UNE NOUVELLE STRUCTURE POUR DE NOUVELLES PERSPECTIVES
10	RAPPORT DES STATISTIQUES
12	RAPPORT DES ACTIVITES D'ETE
14	COORDINATION LOCALE
16	RAPPORT FINANCIER
20	CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES
22	REMERCIEMENTS

/ MOT DE LA PRESIDENTE

D'une société de développement ...

La destination Thyon a décidé d'émanciper la gestion de son tourisme, industrie essentielle aux considérables retombées économiques pour la région. On ne peut que féliciter les parties prenantes de ce projet qui, s'inspirant d'autres destinations valaisannes, ont décidé de créer une société anonyme au 1^{er} janvier 2021. La Commune de Vex, certaines sociétés de développement voisines et les partenaires importants de la destination préparaient ce projet depuis de nombreuses années. La structure de gouvernance est désormais en place et une directrice a pu être engagée.

Évidemment, comme chacun peut l'imaginer, la mise en place prend du temps. Les habitudes sont présentes, les sentiments d'iniquité et les conflits d'antan aussi. Engager le changement n'est pas chose aisée ; trouver le bon équilibre entre les besoins des visiteurs et des partenaires est un défi. On ne peut pas non plus oublier que notre office du tourisme a vu passer de nombreux responsables qui se sont heurtés à certains obstacles et casse-têtes, malgré la bonne volonté des personnes impliquées.

Le conseil d'administration s'est réuni une fois par mois pour travailler aux priorités de l'année 2021 qui étaient claires. En premier lieu, il s'agissait de trouver un-e directeur-trice qui pouvaient amener une vision moderne du marketing et mettre en place une organisation cohérente et transparente. Ensuite, la société anonyme exigeant une administration poussée, procédures et gestion administratives ont été des éléments essentiels à ériger.

... à une société anonyme

Parallèlement, la transition entre la société de développement et la société anonyme nous a tous occupés, tant au niveau opérationnel que stratégique. Pour que le système puisse fonctionner à son meilleur potentiel dans une organisation, il est essentiel que chacun-e soit à sa place. Dans cette période de changements, nous avons trouvé un *modus operandi* avec la Commune de Vex que je profite de remercier par ces lignes. Des contacts avec les communes voisines ont été pris et des projets sont déjà en place alors que d'autres se préparent.

Mais vous me direz : et le client dans tout ça ?

Bien sûr, il est au centre de nos préoccupations et c'est lui qui doit guider toutes nos actions. Dans ce cadre, la destination Thyon revêt une dynamique particulière : plusieurs paliers avec un enjeu de liaisons et de cohérence, de nombreuses résidences secondaires, peu d'hôtels, et certaines infrastructures à moderniser. Pour aider au développement de la destination, votre office du tourisme a programmé des états généraux du tourisme lancés en cette fin d'année. Ils nous permettront au printemps prochain d'avoir entendu la voix de tous les partenaires tout en les fédérant autant que possible, de créer le futur de Thyon et de proposer – nous l'espérons – les compromis qui combleront toutes les parties prenantes, mais surtout, nos visiteurs.

Je remercie sincèrement tous les partenaires pour leur confiance, l'équipe pour son engagement et les touristes qui viennent profiter de cette magnifique région !

Sophie Dubuis
Présidente Thyon Région Tourisme

/ MOT DE LA DIRECTRICE

Lors de mon entrée en fonction début avril 2021, je m'attendais évidemment à me trouver face à de nombreux challenges et défis, un contexte aussi passionnant qu'effrayant. Prendre en main un office du tourisme et une destination sous couvert d'une nouvelle structure, un sacré challenge et une belle reconnaissance de mon parcours par les membres du conseil d'administration qui ont choisi de me faire confiance.

Les challenges ne m'ayant jamais fait peur, bien au contraire, c'est avec donc une très grande motivation et l'envie, peut-être un peu utopique je dois l'avouer, de créer de la cohésion, du lien, entre les partenaires, avec l'équipe, avec les destinations avoisinantes, que j'ai choisi de relever le défi...

Les défis et l'intensité furent au rendez-vous bien au-delà de ce que j'avais pu imaginer. Dans un contexte mêlant crise sanitaire et de problématiques aussi bien internes qu'avec les communes prenantes de la nouvelle structure de Thyon Région Tourisme SA, mes premiers mois de prise de fonction m'ont amené à très souvent devoir avancer malgré l'urgence des situations, les blocages, en imaginant des opportunités et des solutions, dans une urgence quasi quotidienne.

Ce fut loin d'être aisé, mais grâce à l'appui de ma présidente, des membres de mon conseil d'administration et de mon équipe, nous avons pu organiser et vivre un bel été. Nous avons pu contribuer à faire vivre des expériences et des souvenirs à nos visiteurs en inscrivant Thyon Région dans une nouvelle dynamique.

Il était précieux à ce stade, de pouvoir se baser sur les aspects positifs qui ressortent de cette période afin d'avancer sur des bases solides pour construire une nouvelle dynamique.

Malheureusement, cette « lune de miel » fut de courte durée et les beaux projets ont été placés entre parenthèse ou au second plan face à une structure encore fragile et non encore éloignée des problématiques du passé.

Paradoxalement, le dynamisme des partenaires de la destination nous a permis non seulement de révéler une nouvelle opportunité en décidant à l'unanimité de signer pour la stratégie des marchés Valais Wallis Promotion, qui a été permis par une aire positive vers plus de cohésion entre les différents maillons de la chaîne de prestation, directement impliqués dans les prises de décision, qui ont souhaité aller vers un but commun, refaire de Thyon une destination qui n'a rien à envier aux destinations avoisinantes, en se ralliant autour d'une équipe professionnelle.

En dépeignant une situation qui semble positive et parfaite, je choisis, comme beaucoup de partenaires, d'aller de l'avant en laissant les contextes passés derrière. D'une part car je n'en étais pas prenante, mais également car Thyon Région a besoin d'un élan positif et doit être, la locomotive qui aspire les maillons de la chaîne de prestation vers une énergie positive et vers l'avenir.

L'arrivée de la nouvelle structure a également généré des chamboulements pour les partenaires et l'équipe. Des changements sont arrivés progressivement après une phase d'observation nécessaire, que ce soit la mise en place de la cotisation marketing, le formulaire de demande de soutien pour les manifestations, en passant par les procédures internes, la mise en place de nouveaux outils de statistique, de communication, de satisfaction... Le changement, comme toujours s'accompagne généralement d'une période d'inconfort durant lesquels chacun doit arriver à prendre ses marques et se repositionner.

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont eu cette vision d'une SA professionnelle pour gérer les intérêts de la destination. Remercie dans un premier temps la commune de Vex, qui a initié le projet, mais également les partenaires de la destination qui ont fait bénévolement un travail de construction d'une vision, d'une mission, et simplement du cadre de travail que nous avons aujourd'hui. Je remercie ma présidente qui m'accompagne depuis le début de cette aventure et m'aide à apprendre la patience et le temps politique, deux notions dans laquelle je suis

novice. Il trône d'ailleurs depuis mes débuts et encore aujourd'hui, au-dessus de mon bureau, un petit post-it sur lequel il est inscrit « pas de précipitation ». Je remercie également le président de la société de développement et le directeur de Télé-Thyon, qui de par leur historique vis-à-vis de la destination et de l'ancienne structure, sont une source précieuse de conseil et d'informations. Je remercie également tous les partenaires et destinations avoisinantes qui ont à cœur d'ouvrir leur porte à la collaboration opérationnelle. Je remercie Simon Wiget qui a contribué à construire notre SA et qui prend encore aujourd'hui du temps pour échanger avec moi régulièrement et me conseiller dans mon rôle de direction. Je remercie enfin mon équipe pour leur patience dans la phase de transition et pour leur entraînement, leurs compétences et leur patience face à des situations qui sont encore compliquées.

L'expertise marketing au sein de l'équipe actuelle nous a permis de mettre sur pied une nouvelle stratégie de positionnement autour du Slow Life pour inviter nos visiteurs dans notre destination pour vivre des expériences à leur rythme, ralentir, profiter des beaux paysages et grands espaces pour se ressourcer durant leurs vacances « Tes vacances, ton rythme, Thyon ». Une réflexion est actuellement menée afin de prendre un plus grand tournant digital pour se doter d'un site optimisé UXdesign et se diriger vers une place de marché digitale, outil incontournable de demain.



La préparation de l'hiver a constitué dès fin août un challenge non moins intense que celui qu'aura été pour moi la préparation de l'été en quelques semaines, en raison des incertitudes de la pandémie et des modifications survenues dans l'équipe.

Nous avons encore beaucoup de travail pour mener la destination Thyon Région au niveau souhaité, mais nous sommes sur le bon chemin et l'engagement de toute l'équipe, des dirigeants et des partenaires durant ces mois de transition, laisse augurer le meilleur des futurs. Ces épreuves nous ont démontré la qualité de nos collaborateurs, le potentiel des collaborations entre les différents acteurs touristiques ainsi que la base solide offerte par nos dirigeants et par la Commune de Vex. A nous de nous servir de cette opportunité pour écrire un avenir collaboratif pour un futur touristique et économique rayonnant.

Merci à vous tous de la confiance que vous me portez et je me réjouis de contribuer à faire rayonner notre belle destination et notre belle région, cette même région de cœur que j'ai choisie pour m'établir, il y a 9 ans maintenant, loin du tumulte des grandes villes.

Aurore Picano
Directrice Thyon Région Tourisme SA

L'histoire de Thyon Région doit se construire autour d'une dynamique touristique en plaçant nos visiteurs au cœur de notre réflexion.

Nos visiteurs cherchent une destination dans laquelle ils peuvent vivre des expériences en accord avec leur style de vie.

La cohésion, la collaboration est nécessaire entre les différents maillons de la chaîne de prestation et nos voisins.

/ UNE NOUVELLE STRUCTURE DE NOUVELLES PERSPECTIVES

/ UNE SOCIETE ANONYME UNE EVOLUTION LOGIQUE ET NECESSAIRE

Fruit de plusieurs années de travail initié par la Commune de Vex, Thyon Région Tourisme SA est la nouvelle structure touristique de Thyon depuis le 1er avril 2021. Cette entité professionnelle conçue pour dynamiser le tourisme de la région, a pour but de fédérer les acteurs touristiques et de dépolitiser le tourisme.

Les objectifs prioritaires sont de fédérer les acteurs et actionnaires autour d'une vision et des valeurs communes : transparence, bienveillance, durabilité, expériences, respect, tout en faisant la promotion et la valorisation devla destination et de ses richesses. C'est un travail réjouissant pour toutes les parties impliquées qui apportent diversité et cohérence, dans une situation particulière avec une incertitude demandant encore des efforts d'adaptabilité.

Il nous tient à cœur de donner envie à chacun de visiter cette belle région, en passant par des échanges avec les communes environnantes qui ont toutes un rôle à jouer dans l'attractivité globale. Le tourisme étant un moteur essentiel de l'économie, il se doit d'être pérenne et respectueux de l'existant et des besoins.

Thyon Région Tourisme SA - une société atypique par ses liens communaux transversaux à valoriser - est née de l'envie de regarder vers demain en restant consciemment imprégnée de l'histoire et de la tradition.

LE FUTUR DE THYON REGION TOURISME

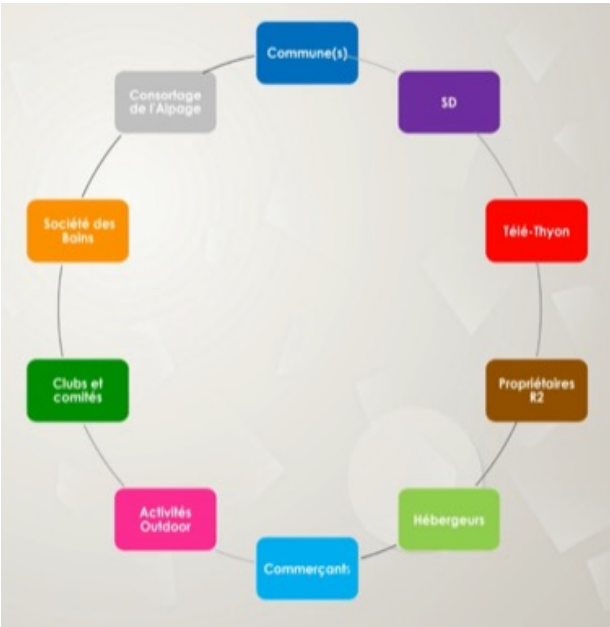
Thyon se veut une destination « slow life ». Notre nouveau positionnement invite nos hôtes à ralentir, se relaxer et profiter des grands espaces et de nos beaux paysages. De par sa position au sein du domaine des 4 Vallées en hiver, sa proximité avec le Val d'Hérens en été, et ses collaborations avec les prestataires touristiques et destinations avoisinantes, la destination de Thyon propose à ses hôtes une multitude de possibilités pour les familles, les couples, les seniors, à la recherche de culture, de sport, ou ayant simplement l'envie de se ressourcer au cœur de la montagne.

Nous voulons valoriser grâce à cette nouvelle structure, notre région et permettre à nos hôtes de vivre des expériences authentiques. Pour cela, un travail d'ensemble doit être mené pour développer le potentiel de notre destination dans un souci de cohérence et une orientation visiteur.

En été 2021, les membres du conseil d'administration ont fait le choix de se doter de l'outil des marchés Valais Wallis Promotion pour pousser ce travail de développement sur le long terme vers une digitalisation de son offre, la création de nouveaux produits et la prospection de nouveaux marchés.

Thyon Région, une destination à part entière présente dans le tourisme valaisan n'ayant rien à envier à ses voisins.

LES ACTIONNAIRES



On retrouve à sa tête 10 groupements représentant les intérêts des différents maillons de la chaîne de prestation : hébergeurs, commerçants, association des organisateurs d'événements ACOE, prestataires outdoor, consortage de l'alpage, Télé-Thyon, résidences secondaires (APCATC), sociétés de développements (de Thyon, Les Mayens-de-Sion, Veysonnaz et Sion), ainsi que les communes de Vex et de Sion, sous la présidence de Sophie Dubuis, également présidente de la Fondation Genève Tourisme & Congrès.

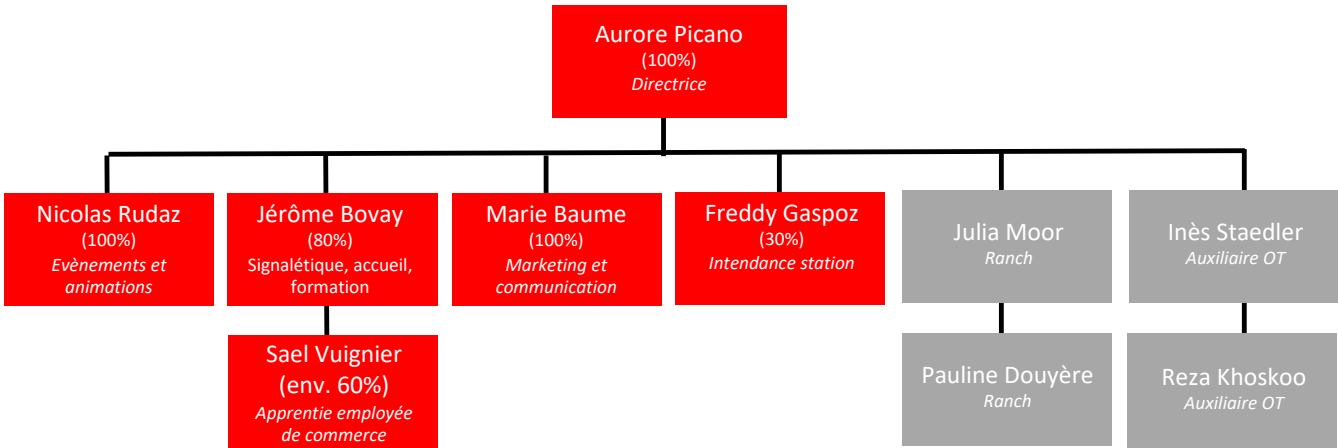
Toutes les parties prenantes de l'expérience toursitique Thyon région sont autour de la table pour décider de la mise en œuvre des mesures et soutenir le travail opérationnel de Thyon Région Tourisme SA, office du tourisme de notre destination.

Membres du CA: Sophie Dubuis, Serge Beslin, Marc-Alexis Gretillat, Sandra Genolet, Marylène Volpi-Fournier, Stéphanie Lipawsky Pont, Jerry Bovier, Eric Crettaz, Frédéric Dayer, François Pitteloud, Frédéric Pitteloud

ORGANIGRAMME D'EQUIPE

La nouvelle équipe réunit sept personnes à l'année qui sont en charge de différents dicastères : infrastructure, accueil, animation, signalétique, marketing, développement commercial. Les collaborateurs gèrent également l'accueil à l'office du tourisme des Collons 1800 et désormais à Thyon 2000 pendant la saison hivernale.

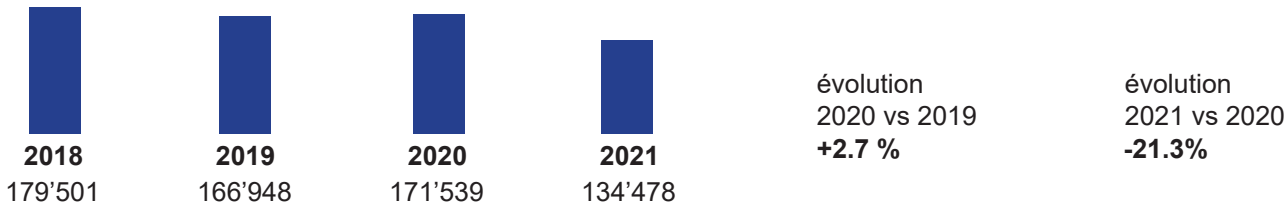
La structure, dont le financement est assuré en grande majorité par les taxes de séjour, permet d'assurer l'accueil et l'information, la promotion de la destination et l'organisation de manifestations et d'événements.



/ RAPPORT DES STRATISTIQUES

Les statistiques concernent l'année civile 2021 (1.01 au 31.12)

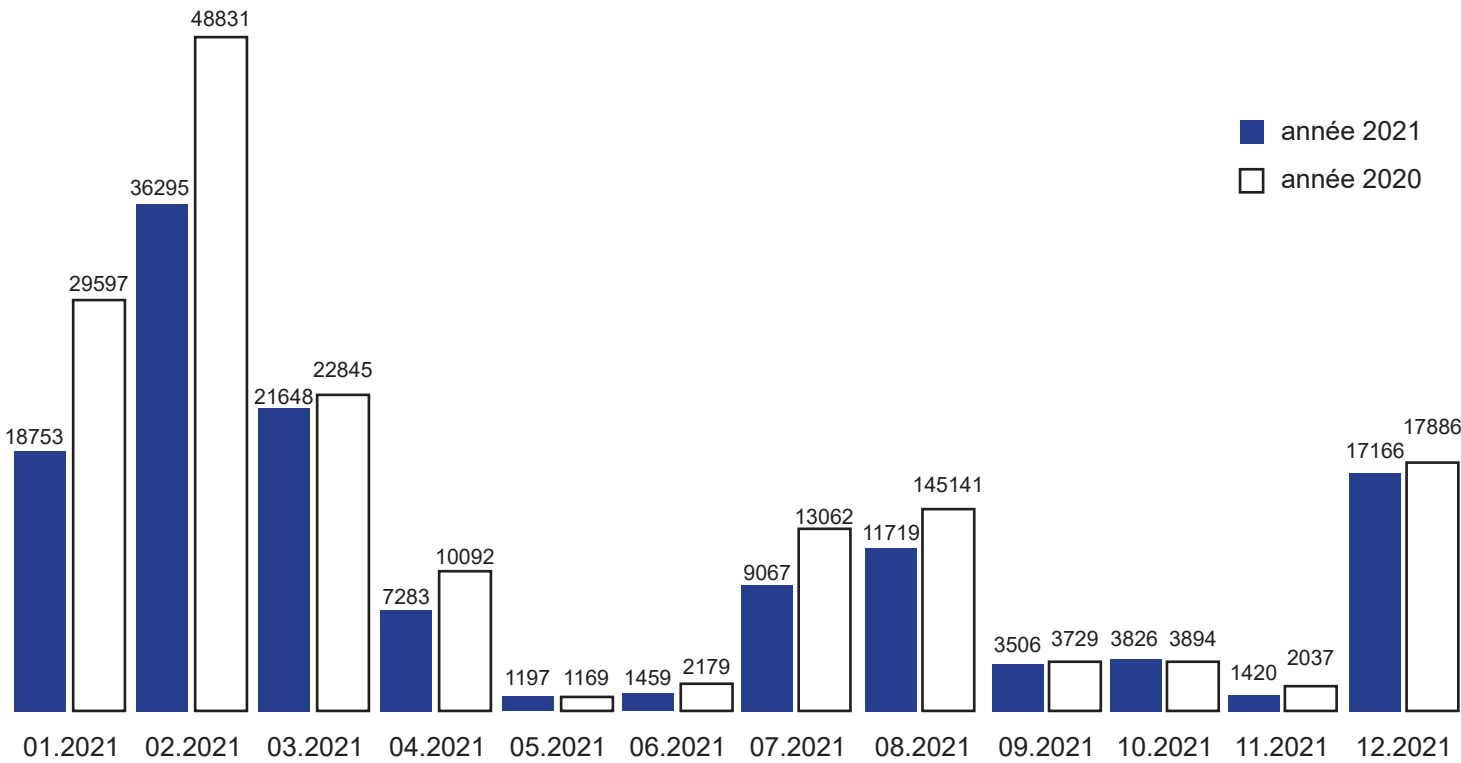
EVOLUTION DES NUITEES GLOBALES



REPARTITION DES NUITEES TOURISTIQUES 2021

Période	Hôtellerie		Parahôtellerie	
	%	Nuitées	%	Nuitées
Hiver (jan-fév-mars-avril-nov-dec)	35 %	644	77 %	102'255
Eté (mai-juin-juil-aout-sept-oct)	65 %	1192	23 %	30'387
Total	100%	1836	100%	132'642

REPARTITION DES NUITEES ANNUELLES



PARTS DE MARCHES ET PROVENANCE DE NOS VISITEURS

	2018 (Nbre nuitées)	2019 (Nbre nuitées)	2020 (Nbre nuitées)	2021 (Nbre nuitées)	2021 (part de marché %)	20 vs 19 (%)	21 vs 20 (%)
Suisse	72'203	70'458	81'229	78'391	58.1	+15.29	-11.36
Pays-Bas	9'267	9'055	7'901	5'620	4.17	-12.74	-3.82
Belgique	17'510	17'543	18'732	10'537	7.8	+4.4	-35.94
Allemagne	47'059	35'163	32'853	14'870	11.02	-6.57	-23.82
Provenance inconnue	12'349	11'833	11'478	6'368	4.72	-3	-56.19
Afrique du Sud			1'352	1'632	1.21	+838.89	+14.56
Royaume-Uni	5'650	5'258	4'777	1'976	1.46	-9.15	-19.67
France	7'665	7'006	6'100	4'773	3.54	-12.93	+33.33
Pologne	488	568	378	6'072	4.5	-33.45	+1506



/ RAPPORT DES ACTIVITES D'ETE (SA)

L'été 2021 a été le premier jalon de la nouvelle structure. A côté de la mise en place structurelle, nous avons pu gérer l'opérationnel grâce à une équipe soudée et motivée. Les visiteurs ont été plus discrets en début de saison et le mauvais temps du début d'été à impacté la fréquentation de notre destination. Une fois le beau temps présent, l'été s'est bien déroulé avec son lot d'évènements, d'animation et de collaboration, à la satisfaction du plus grand nombre.

INFORMATION ET ACCUEIL

Supports communication institutionnelle :

- Inform'à Thyon
- Cartes d'activités
- Dégust'à Thyon
- Tout ménage
- Gazette d'Hérens
- Merchandising
- 2 spots rhône FM (lancer de hache + ranch)
- Spotlio


3'500 ex.
carte trail


43 randonnées
estivales


3 itinéraires
trail


37 itinéraires
pédestres au total


3 itinéraires
VTT

	abonnés	publications	visites profil
Facebook	+807	105	2782
Instagram	+227 (3767)	103	4171
Linkedin	413	20	

Sources : Facebook / Instagram / Linkedin période :
1.04.21 - 31.12.21

Rappelons-nous que la page Facebook a été
créée dans le courant du mois d'avril 2021

	vue (pages)	vue unique	taux rebond
Site web	415'863	668'000	44.31 %

Sources : Google analytique

ANIMATIONS

10 activités organisées par l'office du tourisme,

16 évènements organisés par l'office du tourisme dont,

13 en collaboration avec des partenaires (Grande Dixence et AlpinLine, Télé-Thyon, Grand-raid, Consortage, AnimàThyon, Le rodeur, Thyon-Dixence, Tour des stations)

1'006 participants (animations, PO du ranch, virée du terroir, silent party, les gosses en vadrouilles)



PROMOTION

Supports communication :

- SGA (affichage)
- Centre commerciaux (affichage)
- 20 Minutes (print)
- Le Nouvelliste (print)
- Le Nouvelliste (digital)
- Loisir.ch (digital)

Pour un total de 2'822'866 contacts

Les retombées en chiffres :

1 conférence de presse

4 interviews

11 articles dans la presse



/ COORDINATION LOCALE



Notre destination oeuvre à renforcer les collaborations transversales qu'il est essentiel de solidifier et pérenniser lors des prochains mois et sur le long terme.

LES OBJECTIFS

- Renforcer la collaboration et les synergies avec les partenaires locaux, les associations faîtières, les services communaux
- Accroître la visibilité de la marque Thyon Région
- Garantir plus de cohérence dans les actions et la communication entre les différents partenaires
- Mutualiser les dépenses marketing pour accroître la notoriété et la fréquentation de la destination
- Créer des synergies et des offres packagées cohérentes pour nos visiteurs

NOUVEAUX OUTILS

- Des conventions de collaboration ont été instaurées avec les parties prenantes afin de faciliter la collaboration et déterminer les cadres, responsabilités et enjeux de chaque partie.
- Les états généraux du tourisme permettent de mettre tous les partenaires autour de la table dans un souci de collaboration pour une destination forte.
- Une newsletter partenaire a été mise en place depuis le mois d'avril afin de permettre à tous les partenaires d'avoir les informations opérationnelles importantes de la destination. Cette newsletter coïncide à la date des rencontres du conseil d'administration. Ainsi chaque partenaire, qu'il soit au CA ou non, fédéré ou non dans une des associations de la destination, reste informé en tout temps.
- La collaboration s'intensifie avec les destinations voisines. Dans un premier temps, la Commune de Sion participe au conseil d'administration. Un rapprochement avec Hérémence est essentiel et reste un sujet ouvert avec la volonté commune de faciliter le séjour de nos visiteurs et de leur apporter l'expérience touristique la plus agréable. Collaborer avec les autres destinations des 4 Vallées est également au coeur de nos préoccupations. La plus proche, Veysonnaz, est aux portes de notre domaine et nous partageons avec elle un territoire intégré. Verbier, Nendaz et La Tzoumaz sont également importants dans cette démarche et dans un souci de cohésion autour de la marque commune les « 4 Vallées ».
- Une adresse mail a été créée : suggestion@thyon-region.ch afin de permettre aux partenaires de nous faire remonter des informations ou des suggestions par rapport au développement de la destination et des mesures (projets, marketing...).

CHIFFRES CLES

6 newsletters partenaires envoyées à 152 abonnés

55% de taux d'ouverture en moyenne

51 partenaires pour la cotisation marketing

/ RAPPORT FINANCIER

Thyon Région Tourisme SA BILAN

(En CHF)	31.12.2021	(En CHF)	31.12.2021
ACTIF		PASSIF	
ACTIF CIRCULANT		CAPITAUX ETRANGERS	
Trésorerie	182 575	Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services (*)	42 700
Créances résultant de livraison de biens et de prestations de services (*)	1 509	Dettes portant intérêts court terme (*)	0
Autres créances à court terme (*)	8 950	Dettes fiscales & sociales (*)	6 858
Stocks	0	Autres dettes à court terme (*)	14 384
Actifs de régularisation	10 762	Passifs de régularisation	0
TOTAL ACTIF CIRCULANT	203 796	CAPITAUX ETRANGERS A COURT TERME	63 942
ACTIF IMMOBILISE		Autres emprunts portant intérêts à long terme (*)	0
Autres immobilisations financières	0	Dettes portant intérêt à long terme	0
Immobilisations financières	0	Autres dettes à long terme (*)	0
Autres immobilisations corporelles	10 204	Provisions pour risques & charges	0
Immobilisations corporelles	10 204	CAPITAUX ETRANGERS A LONG TERME	0
Frais d'établissement	0	TOTAL CAPITAUX ETRANGERS	63 942
Immobilisations incorporelles	0	CAPITAUX PROPRES	
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	10 204	Capital-actions	100 000
TOTAL DE L'ACTIF	214 000	Capital-actions	100 000
		Réserves issues d'apports de capital	0
		Réserve légale issue du capital	0
		Réserve légale générale issue du bénéfice	0
		Réserve légale issue du bénéfice	0
		Résultats reportés	0
		Résultat de l'exercice	50 058
		Réserves facultatives issues du bénéfice	50 058
		TOTAL CAPITAUX PROPRES	150 058
		TOTAL DU PASSIF	214 000

(*) : un détail figure en annexe

Thyon Région Tourisme SA Répartition du résultat au Bilan

(En CHF)		31.12.2021
Résultat reporté au	1er janvier 2021	0
Résultat de l'exercice	2021	50 058
Résultat à disposition au	31 décembre 2021	50 058

Le Conseil d'administration propose la répartition suivante du résultat au bilan :

Attribution à la réserve générale	2 503
Report à nouveau	47 555
Total réparti	50 058

Thyon Région Tourisme SA COMPTE DE RESULTAT

(En CHF)	31.12.2021	En %
PRODUITS D'EXPLOITATION		
Produits résultant de contributions publiques	593 642	88.1%
Produits résultant de la vente de services	80 426	11.9%
CHIFFRE D'AFFAIRES	674 067	100.0%
Production immobilisée	0	0.0%
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION	674 067	100.0%
CHARGES D'EXPLOITATION		
Frais généraux	207 713	30.8%
Variation des stocks	0	0.0%
Autres charges d'exploitation	0	0.0%
Impôts & taxes	0	0.0%
Frais de personnel	367 841	54.6%
TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION	575 554	85.4%
EBITDA	98 514	14.6%
Dotations nettes aux amortissements (*)	947	0.1%
Dotations nettes aux provisions (*)	0	0.0%
EBIT	97 567	14.5%
Produits financiers	0	0.0%
Charges financières	-40	0.0%
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	97 527	14.5%
Produits et charges hors exploitation	0	0.0%
Produits exceptionnels, uniques ou hors période	0	0.0%
Charges exceptionnelles, uniques ou hors période	-40 411	-6.0%
RESULTAT AVANT IMPOTS	57 116	8.5%
Impôts sur les bénéfices et capitaux	-7 058	-1.0%
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	50 058	7.4%

En CHF 31.12.2021 31.12.2020

Informations sur les principes mis en application dans les comptes annuels

Les présents 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 (art. 957 à 962 CO).
A défaut d'indications contraires dans leur libellé, les dettes ne portent pas intérêt.
La présentation des comptes de l'exercice précédent a été adapté à des fins de comparaison.

1. Valeur d'assurance-incendie

Immeubles		
Matériel et mobilier	0	0

2. Information sur l'évaluation des risques

Thyon Région Tourisme SA reconnaît que la gestion des risques fait partie intégrante de ses activités. Une analyse des risques auxquels doit faire face la société a été réalisée et formalisée par le Conseil d'Administration.

3. Informations et commentaires concernant certains postes du bilan

Créances résultant de livraison de bien et de prestations de services	1 509	0
Dont :		
Créances envers les actionnaires	0	0

Autres créances à court terme	8 950	0
Dont:		
Créances envers d'autres sociétés du Groupe	0	0

Autres immobilisations financières	0	0
Dont:		
Autres immobilisations financières envers l'actionnaire	0	0

Dettes résultant de l'achat de biens et de prestations de services.	42 700	0
Dont:		
Dettes envers l'actionnaire	0	0

Dettes fiscales et sociales	6 858	0
Dont :		
Dettes fiscales et sociales envers l'actionnaire	0	0

Autres dettes à court terme	14 384	0
Dont :		
Autres dettes envers l'actionnaire	0	0

Autres emprunts portant intérêts à long terme	0	0
Dont:		
Autres emprunts à long terme envers l'actionnaire	0	0

4. Nombre de collaborateurs

Emplois à plein temps en moyenne annuelle		
Jusqu'à 10 emplois à plein temps au plus	< 10	0



Thyon, le 31.05.2022

Thyon Région Tourisme SA
A l'att. de la Direction
Rue des Collons 5
1988 Thyon-les-Collons

RAPPORT DE CONTROLE

En notre qualité de contrôleur des comptes selon mandat de Thyon Région Tourisme SA (TRT SA), nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan et compte de résultat) de TRT SA pour l'exercice 2021 arrêté au 31 décembre.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au conseil d'administration alors que notre mission consiste à les vérifier et à émettre une appréciation les concernant.

Notre contrôle requière de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Les différents comptes du Grand Livre et les écritures comptables ont été révisées sur la base d'analyses et d'examen par sondages. Lors de ce contrôle, des charges d'exploitation à hauteur de CHF 40 411 ont été identifiées comme des frais pré-constitution de TRT SA et représentent notre seule réserve pour la validation des comptes.

En outre, la collaboration avec la direction et la présidente de TRT SA a été fortement appréciée. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour attester que les comptes ont été établis conformément aux statuts et à la loi suisse.

Patrick Lopes

Directeur

/ CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

Au moment de jeter un regard sur l'année écoulée, force est de constater que 2021 a permis à Thyon et à ses acteurs touristiques et économiques d'enregistrer des résultats réjouissants malgré la situation pandémique encore présente :

- Les nuitées sont en baisse en 2021. Cela s'explique par la présence de la pandémie, des restrictions de voyager, les quarantaines pour certains pays, le passeport sanitaire et les diverses autres mesures.
- Le ratio de nuitées faites en hiver et en été, montre le réel impact du COVID sur les nuitées avec 30% en hiver et 68% en été, des chiffres qui sont pratiquement inversés par rapport à une année normale.
- La répartition des nuitées annuelles reste en 2021 sur le même modèle que l'année 2020 avec comme mois le plus fort, décembre, puis août. Avril et Juillet sont aussi des mois importants pour notre destination. Nous pouvons entrevoir un potentiel de développement des mois de septembre et octobre montrant une fréquentation de notre destination alors que ce ne sont pas des mois que nous travaillons actuellement en termes d'accueil – information – animations.
- La Suisse représente notre clientèle majoritaire, mais cette fréquentation est en baisse par rapport aux années précédentes. Même constat pour l'Allemagne et la Belgique. La France quant à elle a accru sa présence en multipliant par 3 le nombre de nuitées par rapport aux années précédentes.
- Malgré la pandémie et le mauvais temps en juillet-août, les prestataires et les nombreux artisans et commerçants locaux constatent un redémarrage et enregistrent de bons résultats relevant la dynamique positive de notre destination.

Les tendances ci-dessus nous offrent ainsi quelques perspectives stratégiques intéressantes pour l'avenir et le développement de notre destination :

- Collaborer activement de manière opérationnelle avec nos partenaires et destinations avoisinantes pour venir enrichir notre offre et jouer sur la complémentarité de nos produits, avec cohérence.
- Renforcer notre positionnement hivernal : en continuant de miser sur la qualité de notre domaine skiable et en développant encore nos infrastructures afin de fidéliser nos clients et d'en acquérir de nouveaux.
- Développer nos activités annuelles : en répondant aux attentes de nos groupes cibles afin de leur donner envie de découvrir ou profiter de Thyon dans des périodes moins fréquentées (novembre, décembre, mai, juin, septembre, octobre).
- Promouvoir activement nos atouts estivaux et automnaux : ces deux saisons possèdent un potentiel important et il y a une véritable demande.
- Digitaliser nos moyens de communication et nos offres pour répondre à un besoin grandissant du touriste de trouver les informations et de réserver son séjour de manière autonome.
- Accroître les services, commerces et les infrastructures disponibles dans la destination pour favoriser notre attractivité et notre pérennité, en privilégiant des projets cohérents et utiles tant pour un public touristique que résident.
- Démarcher et accueillir des projets d'établissements hôteliers : de nouveaux lits chauds et marchands répondraient pleinement à la forte progression de la demande pour ce type d'hébergement tout en amenant une très forte valeur ajoutée à notre destination.



SOPHIE DUBUIS - SERGE BESLIN - MARC-ALEXIS GRETILLAT - SANDRA GENOLET
MARYLENE VOLPI-FOURNIER - STEPHANIE LIPAWSKY PONT - DANNY DEFAGO
SEBASTIEN MENOUD - JERRY BOVIER - ERIC CRETZAZ - FREDERIC DAYER
FRANCOIS PITTELOUD - FREDERIC PITTELOUD - MARIE BAUME - JEROME
BOVAY - PAULINE DOUYERE - AFLRED GASPOZ - ROXANE HELLMULLER - REZA
KHOSHKOO - JULIA MOOR - AURORE PICANO - NICOLAS RUDAZ - MICHELINA
STAEDLER - SAEL VUIGNIER - PATRICK LOPES - JEAN-MARIE CARRON -
et à tous les partenaires de notre destination.

REMERCIEMENTS