

l'encoche

revue d'information
de la commune de Montana



Décembre 2003 - N° 7

La communication à Crans-Montana Tourisme



La communication

Informé et communiquer: un véritable défi pour Crans-Montana Tourisme

à Crans-Montana Tourisme

C'est bien connu : *celui qui détient ou qui obtient l'information est en avance sur celui qui n'a pas cette chance*. Rien n'est pire que d'avoir perdu une opportunité tout simplement parce que l'information n'est pas parvenue à temps. Rien n'est pire que de manquer un objectif parce que l'on n'a pas réussi à communiquer et à transmettre les messages à toutes les personnes qui auraient pu être intéressées.

Dès la fusion des deux sociétés de développement de Crans et de Montana, les responsables de Crans-Montana Tourisme ont ressenti le besoin de renforcer et d'améliorer la communication tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la destination.

« *Que se passe-t-il cette semaine à Crans-Montana et dans la région ?*

» *Pourquoi ai-je manqué l'occasion de me rendre il y a deux jours à ce merveilleux concert de M^e Schlomo Mintz ?*

» *Tiens, pourquoi n'ai-je pas pensé au Centre de Congrès Le Régent pour l'organisation d'un des séminaires de mon entreprise ?*

» *Mais pourquoi ne m'a-t-on jamais informé des possibilités, pour ne pas dire des facilités, octroyées en Valais et à Crans-Montana en particulier pour que j'y prenne domicile ?*»

Qui n'a pas déjà entendu, si ce n'est prononcé lui-même, ces questions ?

La communication et l'information doivent être simples et efficaces. Dans un premier temps, elles se sont orientées vers le destinataire sous la forme des moyens les plus classiques : panneaux, lettres, dépliants, prospectus, papillons, affiches, radio et télévision. Les ont ensuite complétées : informations personnalisées écrites, orales ou sur supports internet directement accessibles pour le public telles que centrale de réservation directe tant pour les logements que pour les autres prestations, toutes ces informations ayant été relayées sur place



Charles-André Bagnoud
Président de
Crans-Montana Tourisme



par les responsables des services d'information et d'animation et à l'extérieur de la destination par ceux du service marketing externe.

Et malgré tout cela, une lacune est rapidement apparue: il manquait pour le relais de cette information et de cette communication vers les tiers l'engagement des prestataires de service de la destination. L'information ne parvenait pas de manière satisfaisante à tous ceux qui étaient censés pouvoir la diffuser auprès de leurs clients: hôteliers, logeurs, cafetiers-restaurateurs, professeurs de ski, chauffeurs de taxi, etc.

Sur la base de ce constat, un nouveau département a donc été créé au sein de Crans-Montana Tourisme, celui du **marketing interne**. Le rôle principal de ce service est de sensibiliser les partenaires locaux à toutes les opportunités qui s'offrent à eux et à leurs clients: intranet, communications ciblées, contacts personnalisés, radio locale, séances d'information...

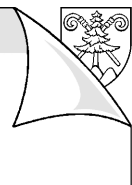
Cette action doit se renforcer: l'information pourra ainsi être transmise dans les meilleures conditions.

Il n'est possible de communiquer et d'informer valablement que si cela est fait dans des domaines connus et bien appréhendés. C'est dans ce sens que le plus grand soin doit être apporté aux messages et à la qualité de l'information donnée aux partenaires dont on souhaite s'associer les services. Certains parmi les plus importants l'ont d'ailleurs bien compris: CMA SA, la société des remontées mécaniques, a lancé, avec les communes et Crans-Montana Tourisme, une véritable campagne de *marketing* interne pour rappeler et présenter les atouts des différents produits offerts à Crans-Montana. De même, les municipalités et l'Etat du Valais encouragent les professionnels indépendants (avocats-notaires, banquiers, agents fiduciaires ou immobiliers...) à rappeler à leurs clients les avantages et les intérêts de prendre domicile ou d'investir à Crans-Montana et dans sa région.

En se dotant de moyens de communication et d'information de première qualité, Crans-Montana pourra devenir un lieu où beaucoup d'affaires se régleront. Certains de nos hôtes choisiront d'ailleurs de s'y installer de manière permanente. Le cadre et la qualité de vie qui y sont offerts rendent ces perspectives tout à fait réalistes. Il s'agit, dans ces domaines également, d'une certaine forme d'activité «touristique» dont tout le monde peut bénéficier.

Alors n'hésitons pas, faisons-le savoir !

Charles-André Bagnoud



Historique sur la naissance et l'évolution de la communication interne et externe à Crans-Montana

Marketing

C'est en 1980 que les deux anciens offices du tourisme de Crans et de Montana fondaient le premier service *marketing* de la station alors que peu de personnes connaissaient cette activité dans le monde du tourisme. La communication faisant partie du *marketing*, c'est à ce moment-là qu'une communication structurée s'est mise en place. Elle se limitait toutefois à la distribution de brochures. Un certain travail se faisait déjà auprès des médias, mais de manière spontanée.



Walter Loser
Directeur de
Crans-Montana Tourisme



Jörg Romang
Responsable du département
Communication-Partenaires/Membres.

Championnats du monde de ski alpin

L'année 1987, année des Championnats du monde de ski alpin, représenta un tournant important en matière de communication. Crans-Montana accueillait le plus grand événement sportif jamais organisé en Suisse. La communication devait être maîtrisée envers les médias, la population, la clientèle et à l'intérieur même de l'organisation. L'arrivée cette année-là du fax, remplaçant ainsi le télex, améliora grandement la rapidité de transmission des informations.



Internet

La communication connut une évolution spectaculaire dès 1995 avec l'arrivée de l'internet. Les offices du tourisme de Crans et Montana ont rapidement saisi l'opportunité de cette nouvelle technologie de l'information et ont développé en 1996 le site internet www.crans-montana.ch.

Fusion des instances touristiques

La fusion (1997-1998) des offices du tourisme de Crans, Montana, Aminona et du Centre de Congrès Le Régent en Crans-Montana Tourisme a permis la création d'une seule structure touristique pour Crans-Montana. La communication à l'intérieur et à l'extérieur de la station a pu ainsi être réétudiée et appliquée de manière globale.

La station étant gérée par une seule instance touristique, une analyse des opinions des partenaires, des clients, des agents de voyage/tours-opérateurs, étude appelée **Vision et Stratégie Crans-Montana**, a été lancée en 1999. Celle-ci a démontré notamment que la communication à l'extérieur de la station fonctionnait bien mais que la communication à l'intérieur présentait des lacunes. Il a été relevé, en plus de la grandeur et de l'étendue de la station, un nombre très important de partenaires différents (6 communes, 50 hôtels, 30 agences immobilières, 300 commerces, 120 restaurants-bars, 3 polices, anciennement 4 sociétés de remontées mécaniques, anciennement 2 sociétés des hôteliers, anciennement 2 sociétés des commerçants).

Afin de pallier à ce manque, un département communication-partenaires a été créé en l'an 2000 avec comme mission de coordonner l'information entre tous les partenaires et d'intensifier la communication. Ce département est géré par M. Jörg Romang.

Réservation *online* sur le site
www.crans-montana.ch

Séjour		Occupation	
Date d'arrivée	26 Jul 2003	Nombre de chambres	2
Séjour	1 nuitées	Adulte(s)	2 par chambre
		Enfant(s) -2 ans	0 par chambre
		Enfant(s) 3-5 ans	0 par chambre
		Enfant(s) 6-12 ans	0 par chambre
		Enfant(s) 13-16 ans	0 par chambre

Réservation directe

Crans-Montana Tourisme a profité de l'arrivée des nouvelles technologies et est ainsi devenue en 1999 la première destination en Europe à offrir la possibilité aux clients de réserver *online* sur notre site internet un séjour avec logement, avec un choix de 50 hôtels et 300 objets de para-hôtellerie.



Intranet: réseau de communication entre les partenaires

Afin de poursuivre l'amélioration de la communication entre les partenaires, un intranet local, *www.crans-montana.net*, a été développé et mis en service en décembre 2001. Cet outil permet aux partenaires de la station de communiquer entre eux. Ce deuxième projet fut également retenu et soutenu par le Fonds de la Confédération *InnoTour* (encouragement à l'innovation dans le tourisme).

Plateformes de communication

Une bonne communication doit s'établir avant tout par des rencontres de partenaires où les avis de chacun sont partagés. Crans-Montana Tourisme ne peut pas se suffire d'outils de communication. Ainsi, les trois plateformes de communications suivantes ont été créées depuis 2000:

- **Parlons Tourisme**: ateliers de discussion destinés aux partenaires touristiques (annuels).
- **Tout sur Crans-Montana**: séances d'information à l'intention des employés et des patrons (bisannuelles, au début de la saison hivernale et estivale).
- **Bienvenue à Crans-Montana**: stand d'accueil et d'information destiné aux clients (hebdomadaire, saison hivernale et estivale).



Structure, organisation, comparaison de budgets de la communication de CMT aujourd'hui

Loi et statuts

La loi valaisanne sur le tourisme du 9 février 1996 précise que « la société de développement local, donc dans le cas présent Crans-Montana Tourisme, a notamment pour tâches d'assurer l'information, l'animation et la promotion du tourisme local ». Les statuts de CMT du 20 mars 2001 reprennent cette directive.

Selon son cahier des charges, le directeur de CMT est le porte-parole de la destination pour toutes les questions touristiques.

Structure

La communication à l'intérieur de Crans-Montana constitue la tâche du département communication-partenaires.

Quant à la communication à l'extérieur, elle incombe au département *marketing*, par son responsable M. Philippe Sproll. Voici notamment ses tâches en relation avec la communication :

- envoi de 4 *newsletters* par année à 1500 journalistes, agents de voyage, tour-opérateurs, ambassades, Suisse Tourisme, etc.
- accueil de 120 journalistes/médias/radios-TV du monde entier, ce qui représente 950 articles et émissions sur Crans-Montana parus dans les médias. Tous ces professionnels du tourisme sont accueillis personnellement et de manière professionnelle. Ils sont accompagnés durant leur reportage par le personnel du département *marketing*.

Budget

Le budget de la communication fait partie de celui du marketing. CMT dispose actuellement d'un budget de 700'000 francs (sans les salaires) alors que d'autres stations (certaines plus petites) travaillent avec un budget plus conséquent. Voici quelques exemples: Saas-Fee 2,2 millions, Verbier 1,2 millions, St-Moritz 2,5 millions, Davos 2,5 millions.



Philosophie et campagne de sensibilisation, communication «communes, CMA, CMT», acteurs, enjeux, avantages

Les six communes, CMA SA et CMT ont décidé lors de leur première séance stratégique du 11 janvier 2003 de *six options stratégiques* pour l'avenir de Crans-Montana :

1. Renforcement de l'orientation et de la communication «ski et golf»
2. Etude de la relance de l'organisation des Coupes du monde de ski
3. Intensification des efforts et des investissements pour les segments enfants et jeunes
4. Mise en valeur et exploitation améliorée du potentiel du glacier de la Plaine Morte à 3000m
5. Etude de la mise en place de mesures pour augmenter le nombre de lits à louer à Crans-Montana.
6. Lancement d'une campagne de sensibilisation à l'intérieur de la station sur les grandes valeurs et l'offre touristique diversifiée.



Adaptation
du logo Crans-Montana.

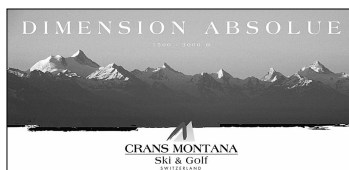
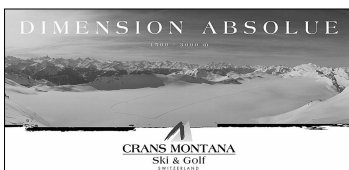
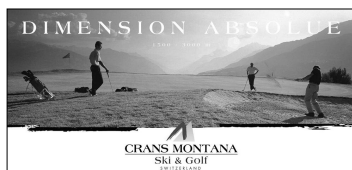
Recentrage

Le produit *Ski & Golf* à Crans-Montana est un produit unique, avec une qualité et une diversité qu'on ne trouve nulle part ailleurs : des pistes d'une renommée mondiale depuis les Championnats du monde de 1987 et les Coupes du monde de ski, un golf où chaque automne se dispute une compétition parmi les plus prestigieuses du monde, l'*Omega European Masters*. Crans-Montana, c'est un dix-huit trous et trois neufs trous sur place et, à proximité, en plaine, les parcours ouverts pratiquement toute l'année à Sion, Sierre et Loèche. L'accent va donc désormais être mis sur ce produit qui fait la force de Crans-Montana.

La stratégie de communication a été redéfinie, en recentrant l'image sur les forces et les atouts principaux de la destination. Le logo – auquel Crans-Montana s'identifie depuis douze ans – a été adapté et affiche désormais clairement les mots «ski et



golf », deux activités qui définissent la particularité de la station. La communication se concentre donc dorénavant sur ces deux axes, auxquels s'ajoute celui qu'on ne voit plus et qui, pourtant, est tellement présent: le panorama. La notion de *Dimension absolue* est conservée.



Lancement

«*Sommes-nous encore conscients de nos atouts ?*». C'est la question que posent les présidents des six communes aux hôtes et habitants de Crans-Montana, dans un document envoyé le 15 avril 2003. L'image de station est l'affaire de tous. Le temps d'unir les forces est venu pour gagner le pari de l'avenir: tel est le message des autorités politiques.

Crans-Montana, sa station et ses villages, concernent environ 13'000 habitants qui bénéficient des fruits du tourisme. Mais tous n'en ont pas conscience. Certains ont perdu confiance. Des clivages subsistent entre station et villages, on se dissipe en querelles au lieu de construire ensemble... Voilà pourquoi Crans-Montana a récemment lancé une grande campagne de communication et de sensibilisation. Les nouveaux moyens visuels, destinés initialement au public externe à la station, ont été présentés en priorité aux gens du lieu, afin de renforcer la conscience que ceux-ci doivent avoir de la situation exceptionnelle du Haut-Plateau.

Les trois images de base qui ont été retenues – montrant le glacier, le golf et le panorama alpin – ont été exposées sur les soixante panneaux de la SGA. Elles ont décoré également les façades de certains immeubles en station. L'affichage a duré deux semaines durant l'hiver 2002/2003 et deux semaines durant l'été 2003.

Il s'agit de la plus importante campagne de communication qu'une station suisse a lancée envers sa population.



Journée de la population du 8.6.2003.

Journée de la population du 8 juin 2003 sur le glacier

Deuxième moment fort destiné à la population: l'invitation qui a été faite à tous, gens d'Icogne, de Lens, de Chermignon, de Montana, de Randogne et de Mollens, à se rendre sur le glacier pour une journée de rencontre et de fête qui leur était offerte. Ce fut un succès avec la participation de 2000 personnes.

Le tourisme entre à l'école

Dès l'automne 2003, les élèves des écoles des six communes bénéficieront de cours destinés à les sensibiliser aux enjeux et attraits du tourisme et de ses professions.

Crans-Montana Tourisme s'efforce de faire un maximum en matière de communication. Les structures nécessaires ont été mises en place. Toutefois, nous avons besoin de l'aide de tous les partenaires et citoyens pour transmettre toutes les informations à nos clients. Nous vous remercions et sommes fiers d'habiter dans la *Dimension absolue* !

Prestations de services de « communication » disponibles pour l'hôte, le citoyen, les collectivités, les entreprises

Un nombre conséquent de services de « communication » est disponible à Crans-Montana. Il s'agit de moyens de communication directe qui impliquent un contact humain, d'informations écrites, de la radio, de la télévision et des moyens de communication électronique d'avant-garde. Ces services permettent de s'informer ou d'informer d'autres personnes.



La communication directe

Le guichet

Véritables centrales d'information, les guichets de Crans-Montana Tourisme sont la partie la plus visible des moyens de communication directe. Les collaborateurs et collaboratrices répondent directement aux questions de tous les visiteurs, les conseillent, les orientent et vendent des forfaits et des chambres d'hôte.

Plateformes d'information

Le département Communication-Partenaires / Membres organise des plateformes d'information dont le but principal est une meilleure interaction entre partenaires, membres et hôtes.

Les bureaux de CMT à l'avenue de la gare.



Bienvenue à Crans-Montana, un accueil convivial.

Chaque lundi de saison en été et en hiver, le stand de « *Bienvenue à Crans-Montana* » va à la rencontre des hôtes en alternance à Crans et à Montana. Ces points d'information et d'accueil permettent de promouvoir des produits régionaux au travers de dégustations. Par exemple, plusieurs vignerons de l'appellation « *Coteaux de Sierre* » sont venus y faire découvrir leurs meilleurs crus. Les partenaires tels que CMA SA ou la société des Arts et Métiers y participent également pour avoir un contact direct avec la clientèle.



Tout sur Crans-Montana, l'information à 360°.

« *Tout sur Crans-Montana* » est une séance d'information sur les activités des saisons d'été et d'hiver à l'intention des patrons et de leurs employés. Les partenaires de Crans-Montana Tourisme viennent y présenter leurs nouveautés. L'été 2003, les remontées mécaniques CMA SA, la compagnie de transport SMC SA et le Golf Club Crans-sur-Sierre étaient présents.

Destiné aux partenaires membres de Crans-Montana Tourisme, le forum « *Parlons Tourisme* » permet la discussion stratégique et la coordination des diverses entreprises et collectivités actives dans le domaine du tourisme. C'est à cette table ronde qu'est définie la philosophie de la destination Crans-Montana.



Parlons Tourisme, une réunion essentielle.

Autres moyens de communication directe

La réception de délégations diverses, que ce soit des médias, des représentants du tourisme tant local qu'international ou d'autres organisations, est un excellent moyen de faire découvrir le meilleur de la région et de faire passer des messages. Et à son tour, dans un effort de promotion, Crans-Montana Tourisme participe à des séminaires, des assemblées et des présentations liées au tourisme dans la région, en Suisse ou à l'étranger.

La communication écrite

La brochure officielle

Le département Marketing édite la brochure de Crans-Montana «*Dimension Absolue*» et une *newsletter*. La

brochure informe les hôtes, les médias et les partenaires touristiques des innombrables activités de la station, des possibilités de shopping à l'hébergement, en passant par les activités sportives et les événements.

Newsletter et Flash CMT

Destinée aux médias et aux partenaires touristiques externes, la *newsletter* présente les nouveautés et les actualités de la saison dans le but de promouvoir la destination à l'extérieur. Le flash CMT est l'*alter ego* de la *newsletter* à l'intention des partenaires directs et des membres de Crans-Montana Tourisme pour assurer la promotion et la coordination interne. Plus détaillé, il contient le message de la direction et communique les nouveautés des divers départements.

Les communiqués de presse

Crans-Montana Tourisme collabore volontiers aux articles paraissant dans

La Newsletter

CRANS MONTANA
Ski & Golf
SWITZERLAND

Nouveautés et Actualités ÉTÉ 2003

VITE LU...

- Forum de Crans-Montana Du 26 au 29 juin
- 1^{er} Jumping Horse Show Du 9 au 13 juillet
- Semaine de la magie Du 15 au 19 juillet
- Course relais Rivella Terrific Du 19 au 20 juillet
- Concours hippique Du 31 juillet au 3 août
- Course internationale de descente en VTT Du 23 au 24 août
- Omega European Masters Du 4 au 7 septembre

Toutes les manifestations sur: www.crans-montana.ch

24 h sur 24 et 7 jours sur 7!
RÉSERVEZ APPARTEMENTS, CHALEURS, ADRESSEMENTS DE SKI.
WWW.CRANS-MONTANA.CH
TEL +41 27 485 04 44
FAX +41 27 485 04 60
reservation@crans-montana.ch

EDITO

Chaque été, l'Omega European Masters attire une foule de passionnés pour suivre le jeu des champions. Prochaine édition de ce Top Event of Switzerland du 4 au 7 septembre 2003.

Crans-Montana revient à ses origines: il y a 100 ans, la station inaugurait son premier terrain de golf 18 trous, le plus haut du monde. Quelques années plus tard, place au ski alpin et à la première épreuve de descente de l'histoire.

Tout au long du siècle, Crans-Montana s'est forgée une solide réputation dans les milieux du golf et du ski: la station a accueilli chaque année depuis 1939 l'Open suisse de golf, devenu par la suite l'European Masters, le plus important tournoi de golf d'Europe (après le British Open); elle a aussi organisé en 1987, pour la 2^e fois en Suisse, les Championnats du monde de ski alpin.

Aujourd'hui, Crans-Montana offre quatre terrains de golf et 160 km de pistes de ski, face à un panorama extraordinaire... La suite logique de cette évolution est un positionnement clair de notre stratégie marketing sur les marchés touristiques. Dans cette optique, il a été décidé d'adapter notre image, notre offre et surtout notre logo, qui affirme à présent clairement ses options stratégiques: SKI et GOLF.

A travers ces quelques pages, nous vous invitons donc à découvrir ou re-découvrir Crans-Montana en été, paradis du golf et destination qui swingue!

Philippe Spörl
Responsable Marketing
Crans-Montana Tourisme



divers médias. Ce moyen permet d'avoir un contrôle des publications concernant la station et de mettre en avant l'offre et les partenaires de la destination.

Autres moyens de communication écrite

Crans-Montana Tourisme diffuse également des papillons, des cartes, etc. disponibles aux guichets. Le calendrier et l'affiche des manifestations sont traités par le département Sport et Culture. Le magazine «*La Vie à Crans-Montana*» et le mémento «*Info 7 Jours*» sont des exemples de collaboration entre CMT et d'autres éditeurs partenaires.

Radio et télévision locales

Rhône FM Crans-Montana



Inaugurée en décembre 2002, la radio locale Rhône FM Crans-Montana diffuse les informations locales: météo, état des pistes en hiver, cartes postales, jeux, etc. Les hôteliers, les cafetiers, les restaurateurs et tous les commerçants de Crans-Montana sont encouragés à diffuser la radio dans leurs établissements. Moyen convivial d'informer les hôtes en hiver comme en été, elle est également un excellent support pour les annonceurs locaux avec des prix préférentiels.

Canal 9

Canal 9 réalise un «*Câblotexte*» diffusé 24 heures sur 24, sorte de journal à l'écran qui présente les activités socioculturelles de la région. Ce système est complété par un «*télétexte*» qui permet de sélectionner les informations régionales. Le département Sport et Culture met à jour les pages de la destination.

La communication électronique

Résolument tourné vers l'avenir, Crans-Montana Tourisme a été, depuis toujours, parmi les premiers à utiliser les nouveaux moyens de communication électronique.

Site internet (www.crans-montana.ch)

Le site internet est en place depuis 1996. crans-montana.ch contient tous les renseignements utiles sur la station et permet, depuis 1999, la réservation de nuitées hôtelières en



Un site internet complet pour une diffusion mondiale de nos informations.

ligne. Le média internet a été utilisé de la meilleure des façons: un investissement de base bien calibré, pour une diffusion mondiale d'informations à moindre coût. Aujourd'hui, plus de 100'000 personnes le consultent chaque mois et les espaces publicitaires sont très prisés.

Site intranet (www.crans-montana.net)

Le succès du portail de la destination a conduit Crans-Montana à développer un intranet. Le petit frère du site internet permet aux collaborateurs et aux membres de communiquer leurs propres informations. Par exemple, tel restaurant organise une quinzaine Thaï, cet autre annonce ses nouveaux horaires ou CMA SA prévient de l'ouverture de la piste de ski de fond à la Plaine-Morte. CMT y place également toutes ses informations: exemplaire du flash CMT en ligne, calendrier des manifestations, etc. L'intranet est accessible à tous depuis le site internet. Les droits de publication sur le site sont toutefois réservés aux membres et gérés par le département *Web Administration*.

Téléphonie mobile, service de messagerie (SMS)

Grâce aux moyens techniques de Natel Futé, CMA SA et CMT bénéficient d'un système de communication ultrarapide et simple d'utilisation. Toute personne affiliée à l'un des réseaux de téléphonie mobile suisses peut s'y abonner ou se désabonner à tout moment. CMA SA et CMT communiquent respectivement l'état des pistes et des remontées mécaniques comme les activités et les manifestations en tout genre.

Information par courrier électronique

Le département Communication-Partenaires / Membres transmet régulièrement des courriers électroniques. C'est un moyen efficace et bon marché d'informer les membres de CMT ou d'être informé de manière rapide et ciblée.



Mise à disposition, coûts, impact de l'utilisation des prestations de communication de Crans-Montana Tourisme

Une personne physique ou morale résidant sur le territoire des six communes doit s'acquitter d'une taxe annuelle de 100 francs pour devenir membre actif de Crans-Montana Tourisme et profiter de tous les services de communication. Les propriétaires d'appartement(s) qui le(s) louent aux hôtes doivent payer, en plus, un montant de 200 francs pour le traitement de leur dossier pour les sites internet et intranet de CMT. En dehors de ce périmètre, être membre sympathisant coûte 400 francs ou plus en fonction du type ou de la taille de l'entreprise. Pour s'inscrire, il suffit de contacter le département Communication-Partenaires / Membres de Crans-Montana Tourisme.

Le flash CMT

Crans-Montana Tourisme
Administration générale
3952 Crans-Montana
Tél. 027 485 04 04-485 08 00
Fax. 027 485 04 60-485 08 10

Centre de congrès Le Régent
3953 Crans-Montana
Tél. 027 484 21 11
Fax. 027 484 21 12

Crans-Montana Réservation:
Tél. 027 485 04 44
Fax. 027 485 04 60

Internet: www.crans-montana.ch
E-mail: communication@crans-montana.ch



Numéro 17
Hiver 2001-2002

Flash CMT

Bulletin d'information semestriel

EDITO

«Après le 11 septembre 2001»

«Le monde ne sera plus pareil. C'est ce que nous entendons souvent. Ceci est certainement vrai, raison de plus pour nous «serrer les cordes» et d'intensifier notre collaboration. Le marché touristique est en mutation! Actuellement, le choix d'une destination de vacances se porte sur des régions plus proches et de longs voyages en avion sont évités. Ceci peut être une chance pour Crans-Montana! La politique marketing de Crans-Montana Tourisme a toujours été de favoriser une augmentation variée de la clientèle aussi notre destination ne dépend pas uniquement des marchés d'outre-mer.

La qualité de notre accueil devient donc encore bien plus importante de même que la communication entre tous les partenaires afin d'informer au mieux nos hôtes. Dans ce contexte, l'outil de communication «1* Intranet Interactif d'une destination Suisse» que CMT met en place pour cet hiver revêt un grand importance. Nous vous avons informé de ce moyen de communication interactif, moderne et rapide dans notre Flash CMT Spécial de novembre 2001. Nous profitons du présent bulletin d'information pour vous communiquer quelques renseignements complémentaires sur l'intranet. Nous encourageons tous les membres de CMT à y adhérer.

Au chapitre des nouveautés, nous saluons, entre autres, l'obtention d'une concession pour l'exploitation d'un casino de type B à Crans-Montana, des réductions sur présentation de la quittance Taxes de Séjour, le démarrage du Plan d'Action Environnement Santé «PAES»...

L'équipe de CMT toujours à votre disposition vous souhaite une excellente saison d'hiver 2001/2002.

Walter Loser
Directeur Crans-Montana Tourisme

INTRANET: www.crans-montana.net



Nous profitons de ce numéro pour vous rappeler, chers partenaires, une fois encore la mise en place d'un Intranet pour la destination de Crans-Montana (www.crans-montana.net). Et par le même vous communiquer que notre destination sera la première en Suisse à disposer d'un:

«Intranet Interactif»

Nous convions tous les membres de Crans-Montana Tourisme à utiliser quotidiennement ce nouvel outil de communication on-line. Moyen de recherche rapide et efficace, il permet de ce fait une information meilleure à tous les niveaux. Besoin de renseignements précis sur Crans-Montana? Quelles sont les activités en station? Nécessité de transmettre une information importante, intéressante à tous les partenaires? Intranet est votre serviteur!

La présentation détaillée de cette nouveauté est un des points du programme de la séance d'information, destinée aux patrons et à leurs employés, «Tout sur Crans-Montana» agendée le 18 décembre 2001 à 14 h 30 au Centre de Congrès Le Régent (voir Bulletin d'invitation & inscription joint)

SOMMAIRE

• Editorial	1
• Crans-Montana Net	1
• Marketing Incoming	2
• Journées suisses des vacances	2
• Situation dans le tourisme	2
• Communication Partenaires	2
• Label de Qualité	2
• «Bienvenue à Crans-Montana»	2
• Taxes de Promotion touristique»	2
• «Une femme d'honneur»	2
• Crans-Montana «Propose»	3
• Enfants de Pélagus	3
• Faites vos jeux!	3
• Bibliothèque	3
• OMA SA News	3
• Golf	3
• Région pilote «PAES»	4
• «Good News»	4
• Enfants de Pélagus	4
• Les Neufs du Caoutchouc	4
• L'ail dans la montagne	4
• Pour nos tout petits	4
• Rassemblement des Montgillères	4
• Forum de la construction	4
• Sports-Culture-Manifestations	5
• Les Balades en hiver	5
• Trophée du Mont-Lachaux	5
• Snow Jazz Night	5
• Crans-Montana Snow Games	5
• La froûle Nanche	6
• Dîné des Faverges	6
• Carnaval des Estivés	6
• Manifestations hiver 01-02	6

Tous les membres reçoivent les informations diffusées à leur intention (flash CMT, courrier électronique, etc.) et peuvent participer aux plateformes d'information. Les membres actifs ont une présence assurée sur les sites internet et intranet. Tous ceux qui offrent des prestations, sportives, culturelles, de détente ou d'*incentive*, ainsi que les hôteliers et les organisateurs de grands événements, ont également leur place dans la brochure officielle, la *newsletter* et le flash CMT.

Etre membre de Crans-Montana Tourisme signifie informer et être informé au travers de l'énorme palette de moyens de communication qui est à disposition. Etre intégré à ce réseau d'information, c'est participer à la cohésion d'une région, faciliter la mise en place d'une chaîne de services plus efficaces et ainsi améliorer la qualité de l'offre de Crans-Montana. La communication facilite la coordination des partenaires et des autorités qui peuvent plus facilement gérer l'avenir de notre destination en lui donnant une image forte et unie.



Vision de la communication de Crans-Montana Tourisme dans 10 ans

Des traditionnelles brochures et autres imprimés à la communication mobile, la palette des moyens de communication de Crans-Montana Tourisme s'est enrichie d'année en année.

A l'avenir, nous espérons pouvoir continuer cette politique: voici notre ambition pour dans dix ans. Cette évolution est déjà en cours, de nombreux points sont déjà réalisés aujourd'hui... Pas d'utopies, donc.

En 2013,

- Crans-Montana Tourisme est à la pointe des nouvelles technologies.
- Nous disposons d'un système d'information intégré. Chaque information est synchronisée et diffusée simultanément sur un large éventail de supports: au guichet, sur les sites internet et intranet, sur téléphone mobile, à la radio et à la télévision. La part de la population et des membres qui s'échange des informations au travers du système intranet est proche des 100 %.
- Le système de réservation directe est accessible sur tous les supports électroniques. Les hôtes peuvent y réserver une chambre, un court de tennis, un parcours de golf ou planifier d'autres activités par téléphone, internet et sur leur téléphone mobile.

Crans-Montana Tourisme a adopté un grand nombre d'outils de communication au fil des dernières années; il s'agit maintenant de compléter et d'exploiter au maximum ces moyens: «Imaginez une couverture de l'information tellement intense qu'il faudra vous enfermer dans une cave pour ignorer ce qui se passe à Crans-Montana... et espérer ne pas avoir de réseau pour votre téléphone mobile !».

Walter Loser,
Directeur de Crans-Montana Tourisme

Jörg Romang
Responsable du département
Communication-Partenaires/Membres



Positionnement des moyens de communication sur la région de Crans-Montana

Moyens de communication	Destination						Réalisation, organisation
	Hôtes	Population	Autorités	Partenaires / Membres	Médias	Partenaires touristiques externes	
Communication directe							
Guichet	X	X			O		I
Réception de délégations diverses (médias, représentants du tourisme,...)							D, MI, CPM, SC
Bienvenue à Crans-Montana	X	O					CPM
Tout sur Crans-Montana		X	X	X	O	X	CPM
Parlons Tourisme			X	X	O		CPM
Forums, assemblées et présentations	X	X	X	X	X	X	D, CCR, MI, CPM, SC
Communication écrite							
Brochure « Dimension Absolue »	X	O	O	O	X	X	MI
Papillons, cartes, calendriers, ...	X	X	O	O	O	X	CMT
Flash CMT	O	O	X	X	X	O	CPM
Newsletter				O	X	X	MI
La Vie à Crans-Montana	X	O					CPM (collaboration)
Communiqués de presse	O	O	O	O	X	O	D, MI, CPM, SC
Affiche des manifestations	X	X	O	O	O	O	SC
Radio et TV locales							
Rhône FM Crans-Montana	X	X	O	O	O	O	CPM
Canal 9 (câblotexte, télétexte)	X	X	O	O	O	O	SC
Communication électronique							
Site internet	X	X	X	X	X	X	WA
Site intranet	O	O	O	X	O	O	WA
Téléphonie mobile SMS	X	X	O	O	O	O	SC, CPM, CMA
Courrier électronique		O	X	X	X	X	CPM

Légendes: X = cible directe O = cible indirecte

D = Direction, tél. 027.485.04.11, e-mail walter.loser@crans-montana.ch

I = Dpt Information, tél. 027.485.04.04, information@crans-montana.ch

MI = Dpt Marketing Incoming, tél. 027.485.04.21, marketing@crans-montana.ch

CPM = Dpt Communication-Partenaires/Membres, tél. 027.485.04.90, communication@crans-montana.ch

SC = Dpt Sport et culture, tél. 027.485.08.22, gabi.steinegger@crans-montana.ch

WA = Dpt Web Administration, tél. 027.485.04.22, webadministration@crans-montana.ch

CCR = Département Centre de Congrès Le Régent, tél. 027.487.21.11