

# **RAPPORT DE GESTION**

**01.01.2025 - 31.12.2025**



# SOMMAIRE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Mots du Président &amp; des Directeurs</b> | <b>5</b>  |
| <b>Positionnement</b>                         | <b>6</b>  |
| <b>Bilan touristique</b>                      | <b>8</b>  |
| <b>Marketing</b>                              | <b>12</b> |
| <b>Accueil &amp; Information</b>              | <b>34</b> |
| <b>Qualité &amp; Relations Partenaires</b>    | <b>42</b> |
| <b>Événements &amp; Animations</b>            | <b>56</b> |
| <b>Structure de Région Dents du Midi SA</b>   | <b>74</b> |
| <b>Ressources Humaines</b>                    | <b>78</b> |
| <b>Finances &amp; Comptes 2025</b>            | <b>80</b> |
| <b>Remerciements</b>                          | <b>82</b> |

## Acronymes

---

|               |  |
|---------------|--|
| <b>B2B</b>    | Business to Business (commerce d'une entreprise auprès d'une autre entreprise) |
| <b>B2C</b>    | Business to Consumer (commerce d'une entreprise auprès des consommateurs)      |
| <b>BAT</b>    | Bureau d'accueil de tournages  |
| <b>FST</b>    | Fédération suisse du tourisme  |
| <b>MICE</b>   | Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions/Events                           |
| <b>MRAG</b>   | Matterhorn Region AG   |
| <b>OT</b>     | Office du Tourisme   |
| <b>RDDM</b>   | Région Dents du Midi SA  |
| <b>RSE</b>    | Responsabilité sociétale des entreprises                                       |
| <b>PDS-CH</b> | Portes du Soleil Suisse SA (société de remontées mécaniques)                   |
| <b>SAVI</b>   | Société agricole de la Vallée d'Illeaz   |
| <b>SD</b>     | Société de Développement   |
| <b>TO</b>     | Tour Opérateur   |
| <b>TPC</b>    | Transports Publics du Chablais   |
| <b>VWP</b>    | Valais/Wallis Promotion  |

## Mots du Président & des Directeurs

L'année 2025 marque pour la Région Dents du Midi une étape importante de consolidation et de projection vers l'avenir. Dans un contexte touristique porteur mais toujours plus concurrentiel, nous avons poursuivi avec détermination notre mission : renforcer l'attractivité de la destination, améliorer la cohérence de notre offre et préparer les évolutions du marché afin d'assurer un développement durable, équilibré et créateur de valeur pour l'ensemble du territoire.

### Une dynamique touristique favorable et une visibilité renforcée

À l'échelle nationale, 2025 confirme l'excellente tenue du tourisme suisse, portée par l'attrait durable des destinations alpines. Le Valais s'inscrit pleinement dans cette tendance positive, et la Région Dents du Midi a su tirer parti de cette dynamique en consolidant sa fréquentation, sa notoriété et son positionnement.

L'année a notamment été rythmée par l'accueil de trois championnats du monde, véritables vitrines internationales pour notre région. Ces événements ont généré d'importantes retombées économiques pour les hébergeurs, restaurateurs, commerces et prestataires locaux. Ils ont également mis en lumière la qualité de nos infrastructures, notre savoir-faire organisationnel ainsi que notre capacité à accueillir des manifestations d'envergure.

Autre temps fort de l'année, notre participation à la 65<sup>ème</sup> Foire du Valais en qualité de Région et Table d'Honneur a constitué une opportunité exceptionnelle de rayonnement. Durant dix jours, la Vallée d'Illyez a pu présenter au grand public la richesse de son identité, la diversité de ses produits du terroir, ses traditions vivantes et l'étendue de son offre touristique. Cette présence a non seulement permis de renforcer les liens avec la population valaisanne, mais aussi d'accroître auprès des nombreux visiteurs venant du dehors du canton notre visibilité et de valoriser l'image d'une région innovante, authentique et ambitieuse.

### Un environnement économique exigeant

Si les résultats touristiques sont encourageants, avec probablement le plus haut taux d'occupation jamais atteint pour les hébergements professionnels, selon les chiffres à notre disposition, ils s'inscrivent dans un contexte économique qui demeure complexe. La vigueur du franc suisse continue de peser sur la compétitivité des destinations helvétiques, notamment sur les marchés internationaux. Parallèlement, les incertitudes géopolitiques et les tensions économiques mondiales influencent les comportements de voyage, les arbitrages budgétaires et les réservations.

Dans cet environnement mouvant, notre responsabilité est d'adapter nos modèles, de renforcer la valeur perçue de nos offres et de maintenir un haut niveau de qualité afin de préserver durablement l'attractivité de la destination.

### Préparer demain : l'Illyez Card

L'année 2025 a également été consacrée à la préparation du lancement de l'Illyez Card, prévu en mai 2026. Ce projet structurant représente une évolution majeure de l'expérience client à l'échelle régionale.

Pensée pour les hôtes en séjour comme pour les résidents secondaires, cette carte offrira durant toute l'année un accès simplifié à de nombreux avantages tout en soutenant un modèle équilibré pour les partenaires touristiques. Elle traduit notre volonté de renforcer la coordination régionale, de fluidifier l'expérience visiteur et de professionnaliser encore davantage notre approche de l'accueil.

### Gouvernance et efficacité collective

Les enjeux actuels confirment l'importance d'une gouvernance claire, agile et orientée résultats. La mutualisation des ressources, la coordination entre acteurs et la professionnalisation des outils demeurent des leviers essentiels pour accroître notre efficacité.

Notre rôle dépasse la seule promotion touristique. Il consiste aussi à fédérer les partenaires, accompagner les projets, anticiper les tendances du marché et garantir une vision cohérente du développement régional.

### Un tourisme responsable et équilibré

Le tourisme constitue un pilier économique majeur pour notre région. Il doit toutefois se développer dans le respect des équilibres locaux, de la qualité de vie des habitants et de notre patrimoine naturel.

L'enjeu n'est plus uniquement d'attirer davantage de visiteurs, mais de mieux répartir la fréquentation dans le temps et dans l'espace, de valoriser les saisons intermédiaires et de favoriser une cohabitation harmonieuse entre hôtes et population locale. Cette approche responsable guide désormais l'ensemble de nos actions.

### Confiance et ambition pour 2026

Les résultats de 2025 confirment qu'une destination performante repose sur trois fondements essentiels : une vision stratégique claire, une capacité d'innovation concrète et la mobilisation collective de ses acteurs.

Les défis à venir restent nombreux : transition environnementale, évolution des attentes des clientèles, pression sur les coûts ou adaptation à un contexte économique instable. Mais la Région Dents du Midi dispose d'atouts solides, portés par un partenariat régional engagé et une identité forte.

Nous adressons nos sincères remerciements à notre Conseil d'administration, à nos équipes, aux Communes, aux partenaires économiques ainsi qu'à l'ensemble des acteurs touristiques. Leur engagement et leur professionnalisme ont largement contribué aux succès de cette année.

Nous abordons 2026 avec confiance, ambition et sens des responsabilités, convaincus que la force de notre destination réside dans sa capacité à unir ses énergies autour d'une vision commune et durable.

Région Dents du Midi SA

Le Président

Henri-Pierre GALLETI



Raphaël BRANDOU

Marketing/Qualité



Les Directeurs

Sonja COLLET

Accueil/Information



Thomas LEPARMENTIER

Événements/Animations



## Positionnement

### Qui sommes-nous ?

Région Dents du Midi SA (RDDM) est une entreprise de services et de management touristique indépendante, mandatée par les Communes de la Vallée d'Illy (Champéry, Troistorrents et Val-d'Illy) et les acteurs clés de la destination.

### Notre vision

RDDM doit favoriser durant toute l'année un tourisme synonyme de source de richesse économique, sociale et culturelle, et ce, dans le respect des principes du développement durable. Nous souhaitons être le moteur d'une chaîne de prestations cohérentes et de qualité misant sur une gamme d'expériences attrayantes et de produits de qualité, authentiques et durables. Nous souhaitons être le garant des messages véhiculés par la région auprès de nos hôtes et ceux en devenir, pour qu'ils puissent découvrir ou vivre des expériences touristiques agréables et riches en émotions. Nous visons à proposer une plateforme de vente de produits touristiques environnant de manière attrayante et organisée afin de permettre à la région de se distinguer des autres destinations, satisfaire nos actionnaires et générer de la valeur ajoutée pour l'économie régionale.

### Nos missions

- › Assurer un service touristique complet de qualité, efficace, orienté vers les besoins et les attentes de ses actionnaires, partenaires, clients et hôtes de la région
- › Favoriser la concertation et servir de support aux prestataires dans le développement d'offres
- › Réaliser les tâches de promotion, de commercialisation, d'animation et de développement grâce à des actions pragmatiques
- › Gérer l'accueil et l'information au travers des Offices du Tourisme multisite ainsi qu'un site internet regroupant les acteurs de la vallée
- › Coordonner le tourisme et les événements afin de mettre en avant les villages de la région sous une marque fédératrice locale tout en positionnant la marque en relation avec le produit Portes du Soleil, sur le plan régional, national et international

### Nos valeurs

Nous orchestrons notre conduite et notre offre de service en misant sur la **compétence**, le **professionnalisme**, l'**intégrité**, l'**impartialité**, la **modernité**, la **responsabilité**, le **respect**, l'**humanisme**, la **qualité**, les **émotions** et l'**engagement**.

## Objectifs institutionnels

- › **Fédérer** encore plus les forces dans la destination :
  - › Accroître les synergies avec les sociétés locales, habitants et résidents secondaires
  - › Consolider la politique de soutien aux événements, aux jeunes talents et club locaux
  - › Communication sur la base d'une marque locale fédératrice, en relation avec celle des Portes du Soleil sur le plan régional, national et international (notion de territoire de vie + produit Ski & Bike)
- › **Crédibiliser** et **consolider** la structure RDDM dans la vallée
  - › Attractivité et qualité de l'offre, indicateurs de performances, fidélisation
  - › Optimiser la commercialisation et la vente de nos produits (développement du chiffre d'affaires)
- › **Développer** un maximum de synergies notamment avec PDS-CH, La SAVI, et les TPC pour promouvoir efficacement la région
  - › Coordination des actions/communications, soutien mutuel
- › **Renforcer** encore la relation de confiance avec les acteurs-clés, dont les Communes :
  - › Statistiques touristiques (monitoring fréquentation touristique)
  - › Participation aux projets d'homologation de responsabilité communale (itinéraires hivernaux, sentiers pédestres, vélo de route, VTT)
  - › Collaboration en termes de partage de compétences et d'expériences/connaissances



## Stratégie opérationnelle

### Orientation stratégique globale 2025-26

validée par le Conseil d'administration de RDDM lors des Journées Stratégiques des 11 et 12 mars 2025

| Thématique                   | Orientation stratégique   |
|------------------------------|---|
| Saisonnalité                 | Tourisme sur toute l'année (3 saisons actives + 1 saison selon opportunités)  |
| Type de tourisme             | Tourisme de sports et loisirs, d'affaires (micro-séminaires) et de bien-être  |
| Cibles par ordre de priorité | 1. Hôte qui séjourne sur place, le résident secondaire ainsi que les membres de sa famille et amis<br>2. Pendulaire excursionniste<br>3. Le local / contribuable  |
| Marchés                      | 1. Priorité marché suisse (FR + DE)<br>› Chablais + renforcement axe Fribourg, Berne, Bâle jusqu'à Zürich selon opportunités<br>2. Marchés européens de proximité (priorité France, Allemagne, BENELUX, Nordics, UK)<br>3. Autres marchés via MRAG* |
| Segments cibles              | Familles, couples, seniors, MICE, jeunes (-30 ans)  |
| Motifs de voyage             | Ski, Sports d'hiver, Aventure, Nature, Gastronomie, Culture & Tradition, Détente, Randonnée, Bike, Affaires, Télétravail  |
| Axes de différenciation      | Agritourisme, Slow Tourisme, Stratégie de durabilité/RSE, Tourisme inclusif, Bureau d'accueil de tournages  |

\*Matterhorn Region AG (MRAG) est une filiale de Valais/Wallis Promotion (VWP). MRAG a pour mission de promouvoir et commercialiser les offres de ses partenaires. RDDM participe activement au développement des activités de cette société qui est un centre de compétences cantonal en matière de commercialisation. Notre Président Henri-Pierre Galletti siège au Conseil d'administration de MRAG et peut intervenir plus efficacement pour adapter la stratégie de la société et défendre les intérêts de notre destination.

« Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès,  
travailler ensemble est la réussite »

Henry Ford



# Bilan touristique

## Hébergements & nuitées de la destination

| Année civile (du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre) |           |           |           |           |           |           |           | Évolution    | Évolution      |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|----------------|
| Total des nuitées  | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | 2025 vs 2024 | 2025 vs 2019** |
| Hôtels   | 88 341    | 68 361    | 74 517    | 105 657   | 111 720   | 114 181   | 111 226   | -2.59%       | 25.91%         |
| B&B (avec autorisation)                                  | 9 018     | 8 688     | 7 900     | 9 274     | 8 418     | 7 752     | 7 238     | -6.63%       | -19.74%        |
| Sous-total hôtellerie <sup>(1)</sup>                     | 97 359    | 77 049    | 82 417    | 114 931   | 120 138   | 121 933   | 118 464   | -2.85%       | 21.68%         |
| Campings   | 3 948     | 4 919     | 5 797     | 6 338     | 5 939     | 6 572     | 6 918     | 5.26%        | 75.23%         |
| Logements de groupe                                      | 73 959    | 46 717    | 22 125    | 58 933    | 66 409    | 71 486    | 69 407    | -2.91%       | -6.15%         |
| Refuges / Cabanes / Auberges de jeunesse                 | 4 554     | 4 003     | 3 727     | 5 975     | 6 961     | 5 862     | 4 606     | -21.43%      | 1.14%          |
| Agences de location immobilière                          | 64 806    | 33 459    | 36 426    | 44 313    | 37 229    | 35 408    | 39 981    | 12.92%       | -38.31%        |
| Appartements / Chalets en location                       | 13 528    | 14 614    | 18 341    | 20 238    | 11 169    | 17 229    | 20 230    | 17.42%       | 49.54%         |
| Sous-total parahôtellerie <sup>(2)</sup>                 | 160 795   | 103 712   | 86 416    | 135 797   | 127 707   | 136 557   | 141 142   | 3.36%        | -12.22%        |
| Sous-total nuitées commerciales <sup>(1+2)</sup>         | 258 154   | 180 761   | 168 833   | 250 728   | 247 845   | 258 490   | 259 606   | 0.43%        | 0.56%          |
| Sous-total forfaits R2 <sup>*(3)</sup>                   | 946 855   | 932 220   | 946 138   | 970 603   | 964 542   | 965 160   | 965 025   | -0.01%       | 1.92%          |
| Total nuitées <sup>(1+2+3)</sup>                         | 1 205 009 | 1 112 981 | 1 114 971 | 1 221 331 | 1 212 387 | 1 223 650 | 1 224 631 | 0.08%        | 1.63%          |

Source de données : Communes de Champéry, Val-d Illiez et Troistorrents

| Année civile (du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre) |         |         |         |         |         |         |         | Évolution    | Évolution      |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|----------------|
| Val-d Illiez - Les Crosets - Champoussin                 | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    | 2025 vs 2024 | 2025 vs 2019** |
| Hôtels   | 28 797  | 21 925  | 17 002  | 35 020  | 44 563  | 44 137  | 39 539  | -10.42%      | 37.30%         |
| B&B (avec autorisation)                                  | 1 445   | 1 808   | 1 238   | 2 109   | 1 744   | 1 276   | 1 233   | -3.37%       | -14.67%        |
| Sous-total hôtellerie <sup>(1)</sup>                     | 30 242  | 23 733  | 18 240  | 37 129  | 46 307  | 45 413  | 40 772  | -10.22%      | 34.82%         |
| Campings   | 361     | 300     | 602     | 378     | 328     | 294     | 519     | 76.53%       | 43.77%         |
| Logements de groupe                                      | 11 359  | 6 648   | 1 777   | 4 748   | 2 064   | 1 502   | 3 190   | 112.38%      | -71.92%        |
| Refuges / Cabanes / Auberges de jeunesse                 | 1 365   | 1 008   | 1 115   | 2 202   | 3 535   | 2 246   | 770     | -65.72%      | -43.59%        |
| Agences de location immobilière                          | 35 269  | 10 892  | 13 274  | 18 485  | 14 596  | 14 967  | 17 916  | 19.70%       | -49.20%        |
| Appartements / Chalets en location                       | 10 152  | 7 856   | 8 298   | 9 868   | 2 895   | 7 821   | 10 433  | 33.40%       | 2.77%          |
| Sous-total parahôtellerie <sup>(2)</sup>                 | 58 506  | 26 704  | 25 066  | 35 681  | 23 418  | 26 830  | 32 828  | 22.36%       | -43.89%        |
| Sous-total nuitées commerciales <sup>(1+2)</sup>         | 88 748  | 50 437  | 43 306  | 72 810  | 69 725  | 72 243  | 73 600  | 1.88%        | -17.07%        |
| Sous-total forfaits R2 <sup>*(3)</sup>                   | 251 250 | 250 000 | 250 000 | 260 000 | 260 000 | 260 000 | 261 000 | 0.38%        | 3.88%          |
| Total nuitées <sup>(1+2+3)</sup>                         | 339 998 | 300 437 | 293 306 | 332 810 | 329 725 | 332 243 | 334 600 | 0.71%        | -1.59%         |

Source de données : Commune de Val-d Illiez

| Année civile (du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre) |         |         |         |         |         |         |         | Évolution    | Évolution      |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|----------------|
| Champéry   | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    | 2025 vs 2024 | 2025 vs 2019** |
| Hôtels   | 53 916  | 40 763  | 50 734  | 63 379  | 60 366  | 64 075  | 65 983  | 2.98%        | 22.38%         |
| B&B (avec autorisation)                                  | 2 951   | 3 153   | 2 923   | 3 164   | 2 635   | 2 574   | 2 474   | -3.89%       | -16.16%        |
| Sous-total hôtellerie <sup>(1)</sup>                     | 56 867  | 43 916  | 53 657  | 66 543  | 63 001  | 66 649  | 68 457  | 2.71%        | 20.38%         |
| Campings   | 3 084   | 3 753   | 3 695   | 4 293   | 4 223   | 4 745   | 4 473   | -5.73%       | 45.04%         |
| Logements de groupe                                      | 32 312  | 23 158  | 12 292  | 29 907  | 29 666  | 36 203  | 34 882  | -3.65%       | 7.95%          |
| Refuges / Cabanes / Auberges de jeunesse                 | 2 051   | 2 019   | 2 231   | 2 577   | 2 740   | 2 793   | 2 851   | 2.08%        | 39.01%         |
| Agences de location immobilière                          | 12 591  | 10 057  | 9 905   | 12 554  | 11 124  | 10 969  | 11 091  | 1.11%        | -11.91%        |
| Appartements / Chalets en location                       | -       | 2 847   | 4 489   | 5 105   | 4 636   | 5 467   | 6 044   | 10.55%       |                |
| Sous-total parahôtellerie <sup>(2)</sup>                 | 50 038  | 41 834  | 32 612  | 54 436  | 52 389  | 60 177  | 59 341  | -1.39%       | 18.59%         |
| Sous-total nuitées commerciales <sup>(1+2)</sup>         | 106 905 | 85 750  | 86 269  | 120 979 | 115 390 | 126 826 | 127 798 | 0.77%        | 19.54%         |
| Sous-total forfaits R2 <sup>*(3)</sup>                   | 293 073 | 301 470 | 307 080 | 313 095 | 310 040 | 309 330 | 311 935 | 0.84%        | 6.44%          |
| Total nuitées <sup>(1+2+3)</sup>                         | 399 978 | 387 220 | 393 349 | 434 074 | 425 430 | 436 156 | 439 733 | 0.82%        | 9.94%          |

Source de données : Commune de Champéry

| Année civile (du 1 <sup>er</sup> janvier au 31 décembre) |         |         |         |         |         |         |         | Évolution    | Évolution      |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|----------------|
| Troistorrents - Morgins                                  | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024    | 2025    | 2025 vs 2024 | 2025 vs 2019** |
| Hôtels   | 5 628   | 5 673   | 6 781   | 7 258   | 6 791   | 5 969   | 5 704   | -4.44%       | 1.35%          |
| B&B (avec autorisation)                                  | 4 622   | 3 727   | 3 739   | 4 001   | 4 039   | 3 902   | 3 531   | -9.51%       | -23.60%        |
| Sous-total hôtellerie <sup>(1)</sup>                     | 10 250  | 9 400   | 10 520  | 11 259  | 10 830  | 9 871   | 9 235   | -6.44%       | -9.90%         |
| Campings   | 503     | 866     | 1 500   | 1 667   | 1 388   | 1 533   | 1 926   | 25.64%       | 282.90%        |
| Logements de groupe                                      | 30 288  | 16 911  | 8 056   | 24 278  | 34 679  | 33 781  | 31 335  | -7.24%       | 3.46%          |
| Refuges / Cabanes / Auberges de jeunesse                 | 1 138   | 976     | 381     | 1 196   | 686     | 823     | 985     | 19.68%       | -13.44%        |
| Agences de location immobilière                          | 16 946  | 12 510  | 13 247  | 13 274  | 11 509  | 9 472   | 10 974  | 15.86%       | -35.24%        |
| Appartements / Chalets en location                       | 3 376   | 3 911   | 5 554   | 5 265   | 3 638   | 3 941   | 3 753   | -4.77%       | 11.17%         |
| Sous-total parahôtellerie <sup>(2)</sup>                 | 52 251  | 35 174  | 28 738  | 45 680  | 51 900  | 49 550  | 48 973  | -1.16%       | -6.27%         |
| Sous-total nuitées commerciales <sup>(1+2)</sup>         | 62 501  | 44 574  | 39 258  | 56 939  | 62 730  | 59 421  | 58 208  | -2.04%       | -6.87%         |
| Sous-total forfaits R2 <sup>*(3)</sup>                   | 402 532 | 380 750 | 389 058 | 397 508 | 394 502 | 395 830 | 392 090 | -0.94%       | -2.59%         |
| Total nuitées <sup>(1+2+3)</sup>                         | 465 033 | 425 324 | 428 316 | 454 447 | 457 232 | 455 251 | 450 298 | -1.09%       | -3.17%         |

Source de données : Commune de Troistorrents

\*Les nuitées forfaitaires <sup>(3)</sup> sont établies par les Communes et découlent de la méthode de calcul des taxes de séjour pour les résidents secondaires (nbre m<sup>2</sup> total /17 x 50 nuitées).  
\*\*2019 = année référence

\*Les nuitées forfaitaires <sup>(3)</sup> sont établies par les Communes et découlent de la méthode de calcul des taxes de séjour pour les résidents secondaires (nbre m<sup>2</sup> total /17 x 50 nuitées).  
\*\*2019 = année référence

## Provenance de la clientèle hôtelière dans la destination (marchés principaux)

| Marchés principaux | Nuitées 2024 | Nuitées 2025 | Parts de marché 2025 | Durée moyenne de séjour 2025 | Variation (%) 2025 vs 2024                 |
|--------------------|--------------|--------------|----------------------|------------------------------|--|
| <b>Suisse</b>      | 59 170       | 61 322       | 57.3%                | 2.03                         | 3.64 <span style="color: green;">▲</span>  |
| <b>Allemagne</b>   | 11 662       | 11 254       | 10.5%                | 4.41                         | -3.50 <span style="color: red;">▼</span>   |
| <b>France</b>      | 11 006       | 11 510       | 10.8%                | 2.84                         | 4.58 <span style="color: green;">▲</span>  |
| <b>Royaume-Uni</b> | 8 775        | 7 155        | 6.7%                 | 3.95                         | -18.46 <span style="color: red;">▼</span>  |
| <b>Belgique</b>    | 6 653        | 3 811        | 3.6%                 | 2.39                         | -42.72 <span style="color: red;">▼</span>  |
| <b>Pays-Bas</b>    | 1 374        | 1 445        | 1.4%                 | 2.78                         | 5.17 <span style="color: green;">▲</span>  |
| <b>Espagne</b>     | 379          | 679          | 0.6%                 | 3.67                         | 79.16 <span style="color: green;">▲</span> |
| <b>États-Unis</b>  | 1 408        | 1 703        | 1.6%                 | 4.15                         | 20.95 <span style="color: green;">▲</span> |
| <b>Italie</b>      | 487          | 689          | 0.6%                 | 2.53                         | 41.48 <span style="color: green;">▲</span> |
| <b>Canada</b>      | 445          | 623          | 0.6%                 | 3.99                         | 40.00 <span style="color: green;">▲</span> |

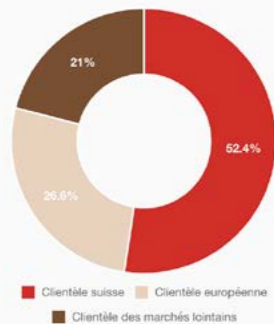
Source : Observatoire Valaisan du Tourisme

## Structure des marchés en Valais

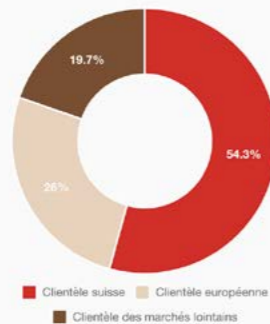
### Analyse.

#### Provenance des hôtes.

2025



2024

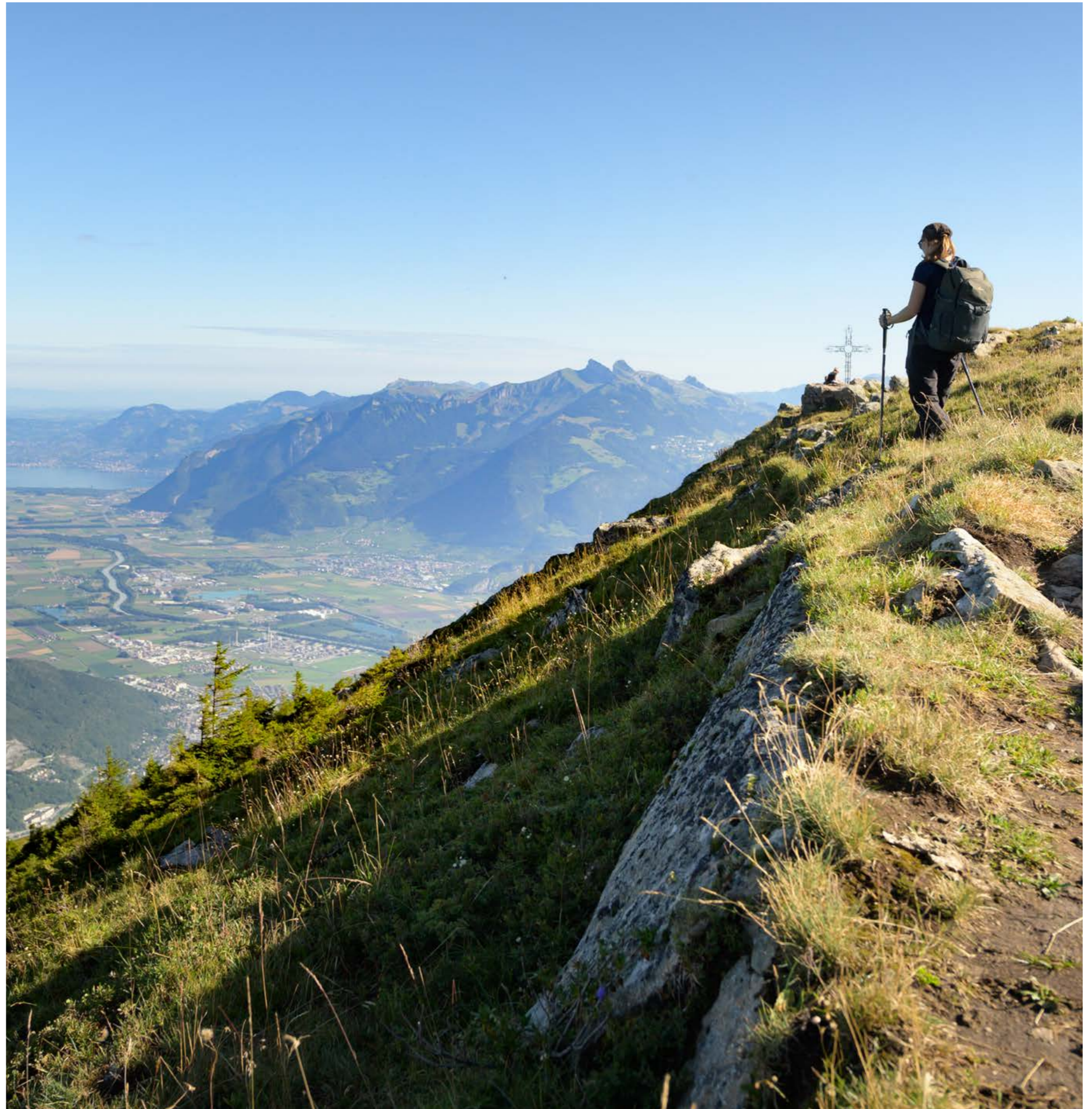


#### Nuitées hôtelières 2025.

| Marché          | Suisse    |           | Proximité |         |           |         |           | Lointain  |           |           |           |  |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
|                 | CH        | DE        | BNL       | FR      | IT        | UK/IRL  | NORDICS   | USA/CA    | CN        | KOR       | SEA       |  |
| Nuitées         | -1,3%     | +5,7%     | -6,2%     | +5,6%   | +6,1%     | +6%     | -1,5%     | +15,9%    | +4,8%     | -15,1%    | -6,1%     |  |
| Nuitées totales | 2'376'683 | 291'351   | 220'087   | 183'014 | 57'498    | 226'846 | 49'327    | 442'712   | 41'652    | 35'834    | 75'966    |  |
| Parts de marché | 52,4%     | 6,4%      | 4,9%      | 4%      | 1,3%      | 5%      | 1,1%      | 9,8%      | 0,9%      | 0,8%      | 1,7%      |  |
| Moy. du séjour  | 2,1 nuits | 2,8 nuits | 3,5 nuits | 2 nuits | 2,1 nuits | 3 nuits | 2,8 nuits | 2,4 nuits | 1,5 nuits | 1,3 nuits | 1,7 nuits |  |

(Statistique de l'hébergement HESTA - OFS, 2026)

Source : MRAG



# Marketing

## Tâches du secteur marketing

### Digital

- › Développement et gestion du site internet
- › Développement et animation des réseaux sociaux
- › Création et diffusion de contenus promotionnels
- › Exploitation de supports digitaux (écrans TV, affichage public...)

### Promotion

- › Création, planification et diffusion de campagnes publicitaires
- › Développement d'actions marketing en Suisse et à l'étranger
- › Promotion de la destination sur les opérations extérieures (B2B et B2C)
- › Organisation d'accueils, tournages et productions d'images

### Commercialisation

- › Vente des offres touristiques B2B/B2C
- › Commercialisation internationale (MRAG)
- › Développement MICE
- › Création de partenariats commerciaux

### Médias

- › Rédaction et envoi de communiqués de presse
- › Organisation et gestion de voyages de presse
- › Organisation de conférences de presse et d'opérations médias extérieures

### Production

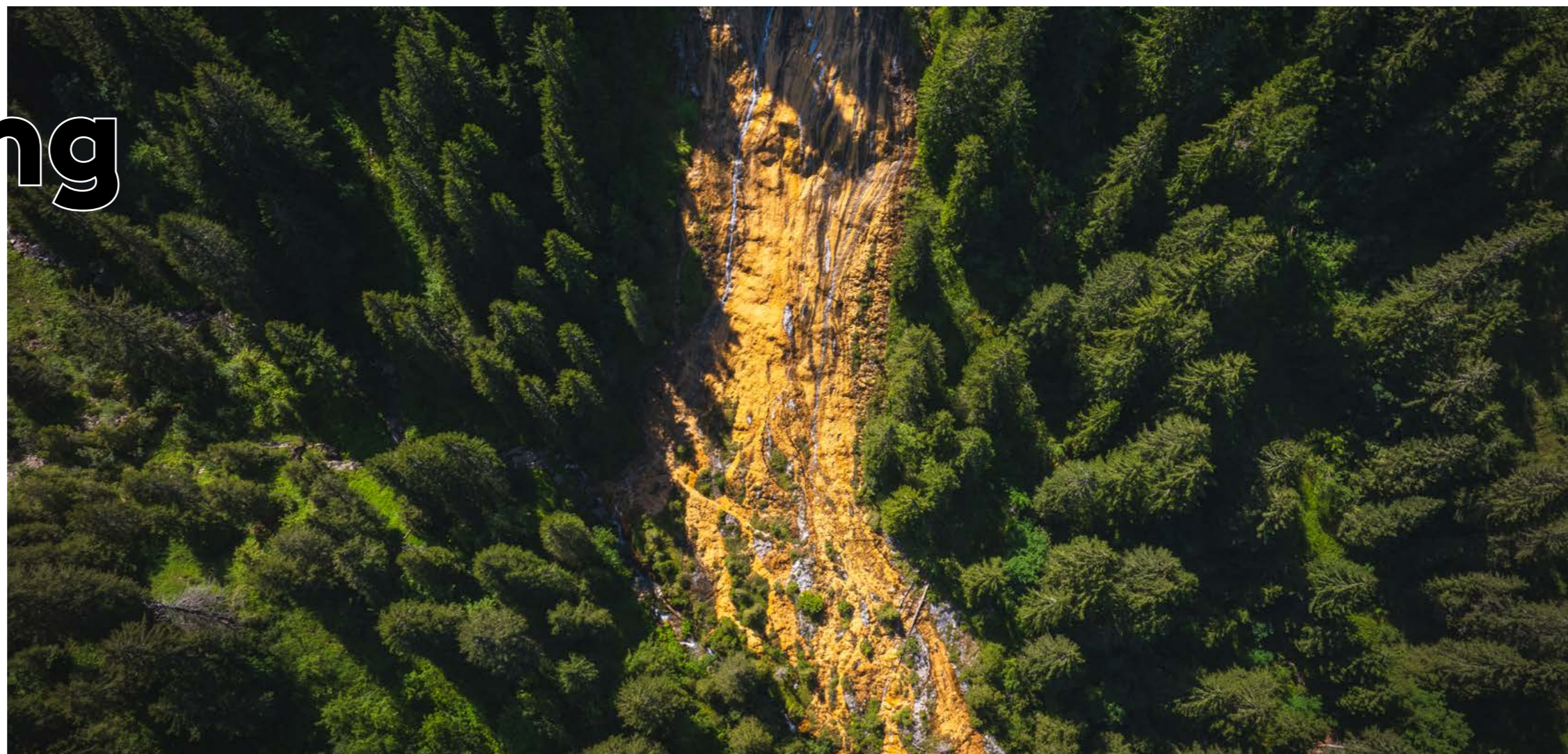
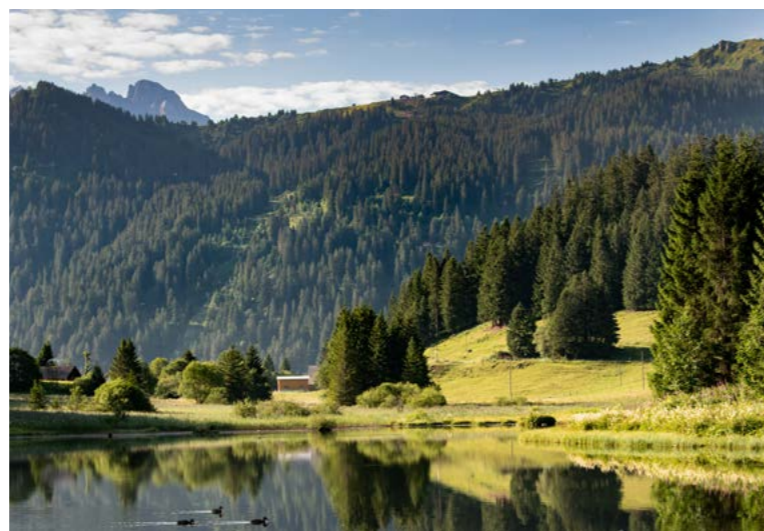
- › Production de branding / merchandising et goodies
- › Élaboration de contenus photos et vidéos
- › Création de supports promotionnels (affiches, brochures, flyers, etc.)
- › Réalisation de publicités, spots radio/TV, visuels de campagne...

### Sponsoring

- › Développement de collaborations stratégiques
- › Élaboration des contrats de partenariat et suivi des collaborations
- › Soutien aux événements et aux manifestations régionales
- › Accompagnement des structures sportives et jeunes talents de la région

## Missions & objectifs

Le secteur marketing de RDDM a pour principale mission d'assurer la communication et la promotion de la destination, ainsi que le développement et la vente de ses produits. Ce département intervient également en soutien aux autres secteurs de la société, notamment pour la promotion des événements et animations, et pour la production de la majorité des supports de communication et d'information de l'entreprise. Enfin, il agit pour implémenter la marque Région Dents du Midi en Suisse et à l'international et soutient les partenaires stratégiques de la destination dans leurs actions marketing, campagnes de vente et de promotion.



### Objectifs généraux qualitatifs

- › **Renforcer la notoriété** de la Région Dents du Midi et ses produits phares sur nos marchés prioritaires
- › **Façonner une image positive** de la marque Région Dents du Midi et de la destination
- › **Développer** un maximum de collaborations et de synergies, notamment avec les remontées mécaniques et nos partenaires stratégiques, pour promouvoir efficacement la région

### Objectifs généraux quantitatifs

- › **Augmenter** les nuitées en stimulant une demande pour le séjour
- › **Développer** le tourisme annuel
- › **Dynamiser** le tourisme journalier et le marché pendulaire pour augmenter l'attractivité de notre territoire tout au long de l'année

### Partenaires stratégiques institutionnels

RDDM s'associe à ses partenaires institutionnels afin de développer la promotion du tourisme suisse, valaisan et le territoire des Portes du Soleil. Dans le but de travailler activement les marchés européens et lointains pour les années futures, une étroite collaboration avec les structures cantonales de VWP et MRAG est en place. Grâce à nos relations et collaborations avec Suisse Tourisme et ces entités cantonales, nous organisons tout au long de l'année des opérations de promotion à l'échelle nationale et internationale.

### Partenaires stratégiques institutionnels

swi<sup>+</sup>zerland  
Member



MATTERHORN REGION  
SWISS ALPS

Portes du Soleil  
Ski & Bike

## Utilisation des logos



- › Marchés suisse et internationaux

- › Ski & Bike, événements Portes du Soleil

- › Promotions communes
- › Relations médias
- › E-marketing



### Périmètre

- › Marchés suisse et internationaux

### Produits

- › Activités de sports et loisirs (autres que ski & bike), nature, wellness, culture et artisanat, gastronomie, événements organisés par RDDM

### Communication

- › Promotion
- › Relations médias
- › E-marketing
- › Branding



- › Local (pour et dans chaque station)

- › Animations locales : événements organisés par les Sociétés de Développement ou les sociétés locales, ...

- › Promotion
- › Information

## Priorisation des marchés

### Marché suisse (romand et alémanique)

- › Arc lémanique
- › Renforcement de l'axe Fribourg, Berne et Bâle (jusqu'à Zürich selon les opportunités)
- › Pendulaires pour les campagnes effectuées pour et avec PDS-CH

### Marchés européens de proximité

- › Allemagne
- › Benelux
- › Royaume-Uni
- › France
- › Nordics

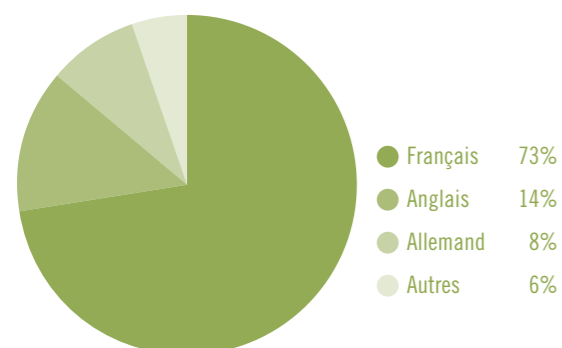
### Autres marchés

- › Amérique du Nord
- › Asie



## Statistiques site internet

### Répartition par langue



### Répartition par pays

|                |       |
|----------------|-------|
| 1 Suisse       | 74.8% |
| 2 France       | 12.1% |
| 3 Benelux      | 3.8%  |
| 4 USA & Canada | 3.2%  |
| 5 Allemagne    | 2.7%  |
| 6 UK           | 2.2%  |
| 7 Nordics      | 0.6%  |
| 8 Italie       | 0.5%  |

### Top 5 des itinéraires les plus consultés

- 1 Sentier des Ponts - Morgins
- 2 Via Ferrata de Tière - Val-d'Illiez
- 3 Tour des Dents du Midi - Région Dents du Midi
- 4 Galerie Défago - Champéry
- 5 Lac de Soi - Val-d'Illiez

### Top 5 des pages consultées

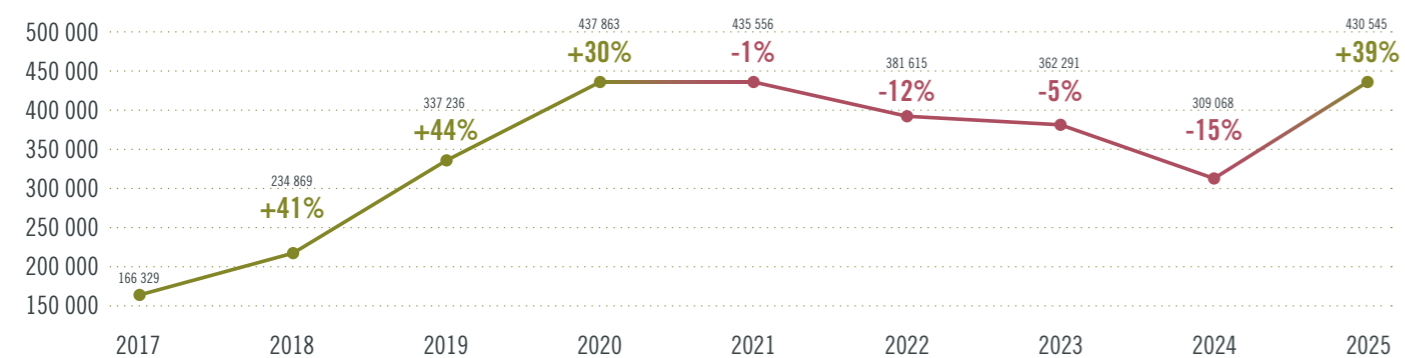
|  |       |
|--|-------|
| 1 Webcams                              | 12.9% |
| 2 Championnats du Monde de la Raclette | 3%    |
| 3 Page d'accueil                       | 2.9%  |
| 4 Agenda                               | 1.8%  |
| 5 Météo                                | 1.6%  |

### Notifications actualités

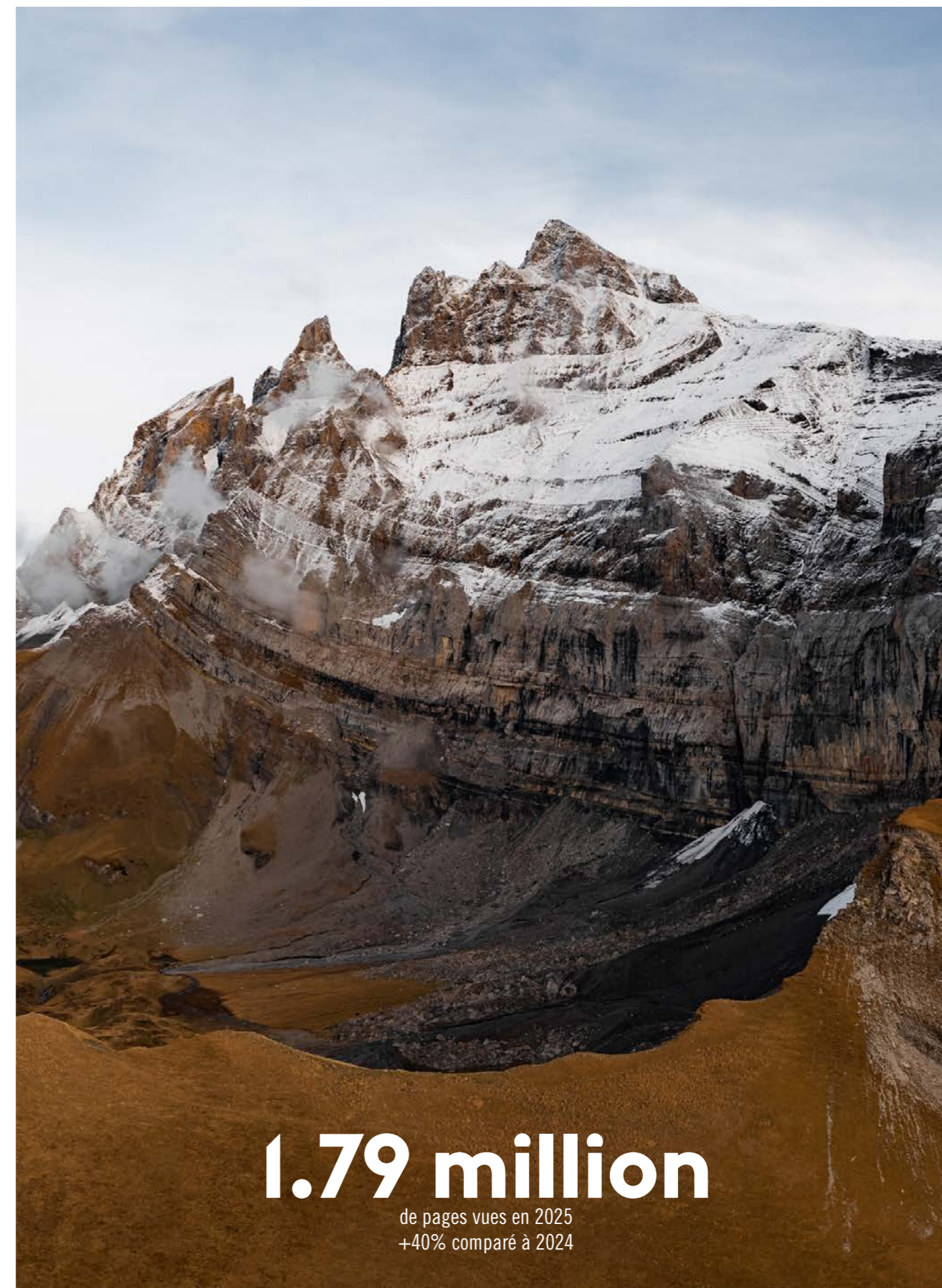
|   | 2024  | 2025  | Évolution |
|---|-------|-------|-----------|
| Nouveaux inscrits                         | 5 676 | 9 542 | 68% ▲     |
| Clics                                     | 6 674 | 6 146 | -8% ▼     |
| Publications                              | 56    | 85    | 52% ▲     |
| Moyenne du nombre de vues par publication | 7 003 | 6 072 | -13% ▼    |

### Évolution du nombre d'utilisateurs

Un utilisateur correspond à un visiteur unique identifié par son adresse IP



Source : Google Analytics  
Statistiques basées uniquement sur les données collectées après consentement des utilisateurs à l'utilisation des cookies sur regiondentsdumidi.ch.



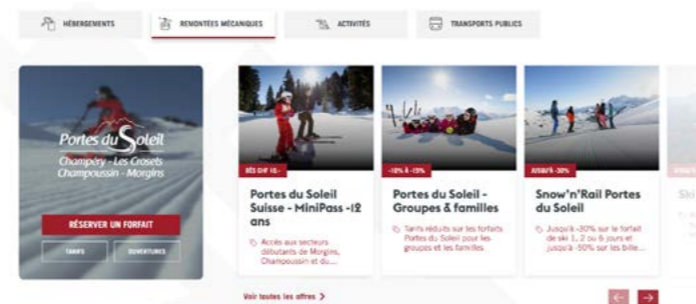
# 1.79 million

de pages vues en 2025  
+40% comparé à 2024

# Nouveautés 2025

## Nos meilleures offres réservables en ligne

La page d'accueil a été repensée afin de mettre davantage en avant les offres réservables sur notre site internet. Placé juste sous la bannière principale, ce module permet aux internautes de découvrir les dernières offres disponibles pour chaque catégorie de produit (hébergements, remontées mécaniques, activités et transports publics).



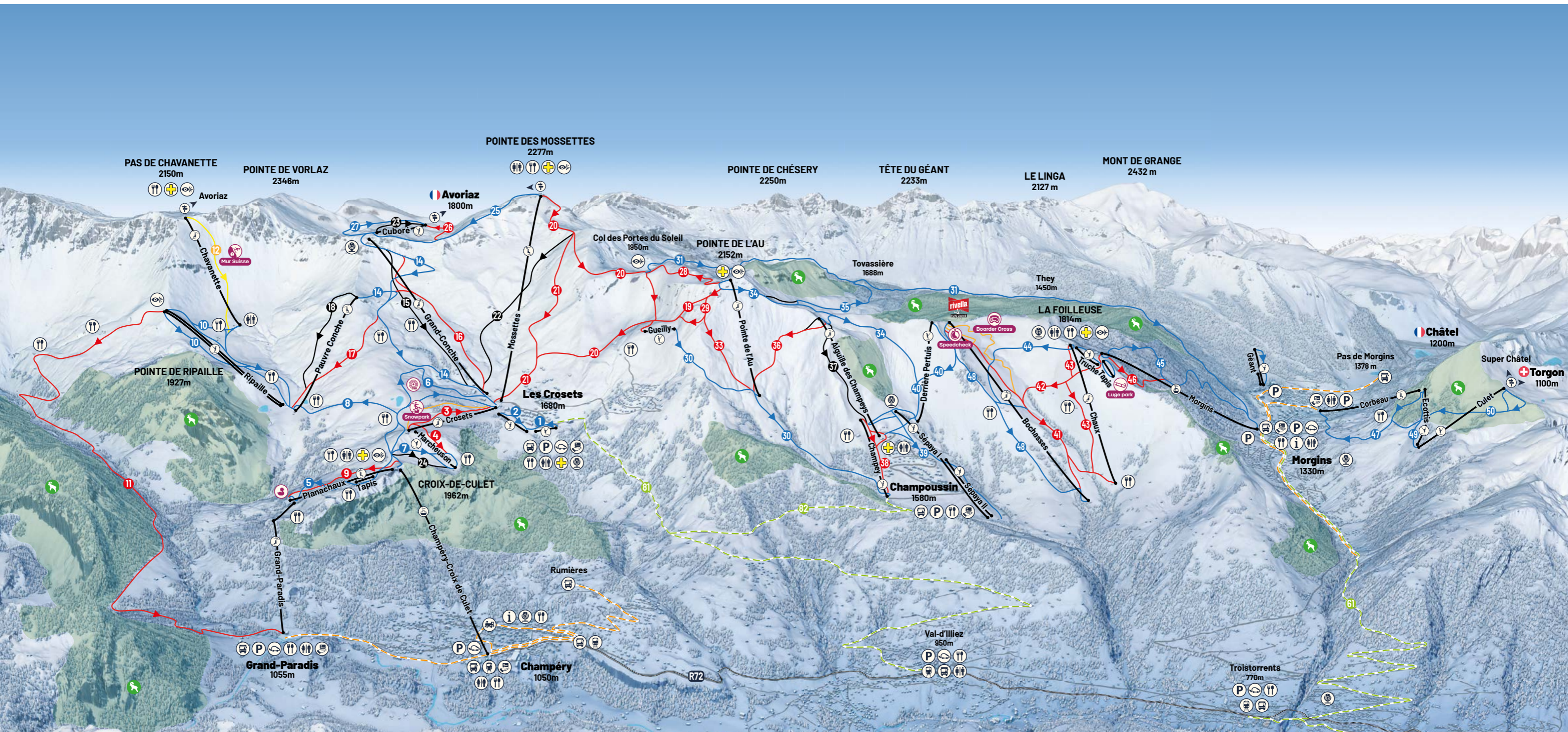
## Nouveau plan des pistes Portes du Soleil

Suite à une démarche globale de refonte des plans des pistes initiée par l'Association Internationale des Portes du Soleil, le plan sectoriel historique du domaine skiable a été entièrement revu. Le fond de carte, désormais généré en 3D à partir de données satellites, offre une représentation plus fidèle de l'environnement du domaine. La charte graphique a été harmonisée avec celle du plan général des Portes du Soleil, afin d'assurer une cohérence visuelle entre les deux supports.

Le plan hiver est disponible en téléchargement sur notre site internet et sur celui des remontées mécaniques (pds-ch.ch).

## Menu Point de Vue en train depuis Aigle et Monthey

En collaboration avec les TPC, le produit « Menu Point de Vue » est désormais disponible depuis Aigle ou Monthey et offre le package tout compris dès CHF 58.- / adulte : billet de train avec la ligne AOMC jusqu'à Champéry, montée en téléphérique jusqu'au restaurant Croix-de-Culet, repas (fondue ou menu 3 plats), puis retour.



### Matériel de promotion

Afin d'assurer la promotion des expériences, activités, produits et événements de la destination, RDDM édite différents supports de communication tout au long de l'année.

La réalisation de nouvelles photos et de vidéos représente également un enjeu majeur pour une destination touristique. En effet, ce matériel offre l'opportunité d'illustrer nos supports de communication et d'alimenter les réseaux sociaux avec du contenu régulièrement actualisé. Nous sommes ainsi en mesure de fournir en tout temps des images de qualité aux médias ainsi qu'à nos partenaires.

**1 300**

Visuels créés

**27**

Brochures

**87**

Affiches

**4 671**

Photos

**129**

Montages vidéo

**12**

Événements couverts en images

**13**

Nouveautés en boutique

**6 000**

Objets publicitaires

**1 334**

Stories

## Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la communication digitale et sont essentiels pour RDDM afin notamment d'entretenir des rapports privilégiés et permanents avec sa communauté, composée autant de locaux/résidents que de clients et hôtes de tous horizons.

Chaque réseau social étant différent, les communautés qui les forment sont par conséquent également différentes. C'est pourquoi RDDM adapte continuellement sa communication en fonction de la plateforme, tout en respectant sa stratégie globale :

**La stratégie des réseaux sociaux est définie selon 4 axes principaux :**

- Développement de la notoriété** : optimisation permanente de la production de contenu afin de mieux faire connaître le territoire et la marque Région Dents du Midi.
- Façonnage d'une image positive** : publication de contenu de qualité, avec des photos et vidéos valorisant les spécificités de la destination.
- Acquisition de prospects** : communication sur les activités et animations des agendas saisonniers de RDDM, afin de booster les ventes des billetteries et promouvoir les offres.
- Agrandissement des communautés** : aucune campagne sponsorisée d'acquisition n'a été mise en œuvre, le choix stratégique ayant été de privilégier une croissance organique de la communauté, en s'appuyant sur des collaborations ciblées avec des marques, des influenceurs, des créateurs de contenus et d'autres destinations, afin de renforcer l'engagement et la visibilité de manière authentique et durable.

Grâce au travail effectué sur la qualité des contenus produits et partagés, et sur la pertinence des informations relayées, les réseaux sociaux de RDDM poursuivent leur progression. Ainsi, la communauté de RDDM s'élève à 66 628 abonnés, soit une augmentation de 7.08% par rapport à 2024.



Vues  
7M

Abonnés  
30 250 (+2 875 ↗)



Impressions\*  
485K

Abonnés  
24 808 (+5 175 ↗)



Abonnés  
6 871 (+275 ↗)



Impressions  
55 886

Abonnés  
2 505 (+307 ↗)



Spectateurs  
398K

Abonnés  
2 194 (+764 ↗)

# 66 628

abonnés tous réseaux sociaux confondus

En fin d'année 2024, RDDM et PDS-CH (société d'exploitation des remontées mécaniques de notre destination) ont fusionné leurs présences sur Facebook, Instagram, TikTok et YouTube afin de poursuivre le développement de leurs communautés sur des canaux communs et renforcer la performance de leur communication.

\*Les impressions correspondent au nombre de fois que du contenu issu de notre page ou traitant de cette dernière est apparu sur l'écran d'une personne.

## Newsletters

### Pour les clients et pour les partenaires

Les abonnés à la newsletter « clients » sont informés de l'actualité de la région (événements, nouveautés, produits). La newsletter « partenaires », quant à elle, est destinée aux acteurs de la région et renseigne en complément sur les activités de la société. En haute saison, chacune des newsletters est envoyée mensuellement. Plusieurs fois dans l'année et au moins une fois par saison, une déclinaison des contenus phares en allemand et en anglais vient compléter le dispositif.

### Statistiques newsletters

|                                    | 2020   | 2021             | 2022               | 2023             | 2024             | 2025             |
|------------------------------------|--------|------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| Nombre d'envois partenaires        | 17     | 11               | 18                 | 8                | 6                | 8                |
| Nombre d'envois clients            | 15     | 21               | 21                 | 15               | 17               | 12               |
| Taux moyen d'ouverture partenaires | 45%    | 47%              | 43%                | 48%              | 69%              | 65%              |
| Taux moyen d'ouverture clients     | 29%    | 28%              | 26%                | 28%              | 47%              | 51%              |
| Nombre d'abonnés clients au 31.12  | 12 032 | 13 982<br>+16% ↗ | 14 086<br>+0.74% ↗ | 20 222<br>+44% ↗ | 26 585<br>+31% ↗ | 36 128<br>+36% ↗ |

## MATTERHORN REGION AG

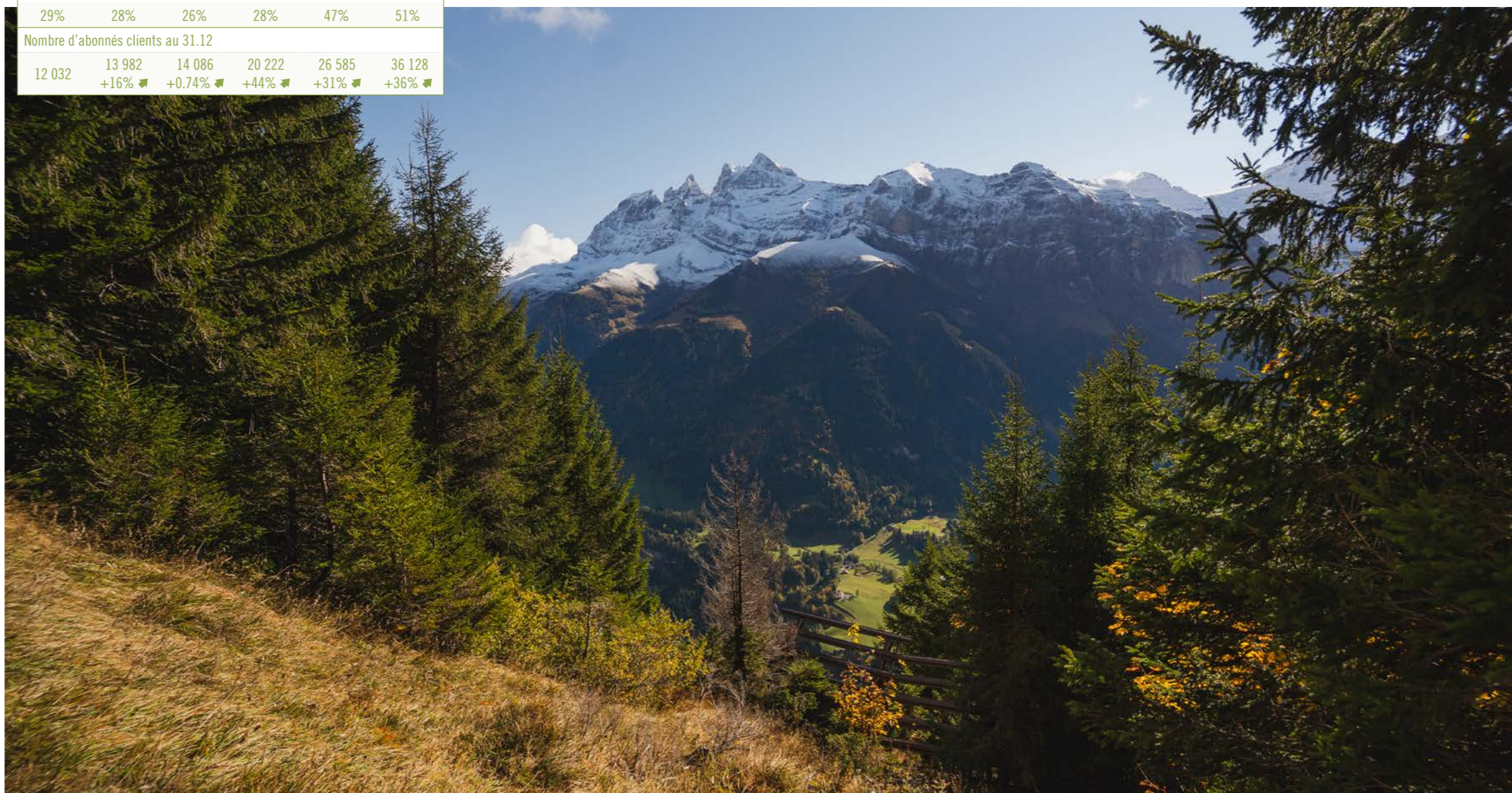
### Campagnes et actions avec VWP/MRAG

Partenaire institutionnel de RDDM, MRAG est la société commerciale de VWP, l'entreprise en charge de la promotion intersectorielle du Canton du Valais. Depuis 2018, cette collaboration nous permet de bénéficier d'un centre de compétences pour la gestion des produits et le travail des marchés étrangers. En tant que société commerciale, MRAG est également en charge de la commercialisation, de la distribution et de la vente de nos produits et services par le biais de ses canaux B2B et B2C\*. Grâce à ce partenariat, plusieurs actions et campagnes ont été réalisées sur nos marchés prioritaires. Que ce soit sur les marchés européens afin de renforcer notre présence et s'ouvrir à de nouvelles opportunités, ou encore sur les marchés lointains pour lesquels nous avons travaillé à la création de nouveaux produits adaptés à la demande, cette collaboration continue de participer à la professionnalisation de notre offre touristique.

\* Le marketing B2B consiste à utiliser des techniques propres à une activité commerciale entre deux entreprises. Le marketing B2C consiste à développer et utiliser des techniques marketing destinées au grand public dans le cadre d'une activité commerciale entre une entreprise et des consommateurs.

## GRETZ COMMUNICATIONS

Tout au long de l'année 2025, nous avons poursuivi le développement de notre travail sur le marché suisse alémanique, avec le soutien de l'agence Gretz Communications. Spécialisée dans les relations presse, l'agence nous a accompagné dans le relais de notre communication sur cette zone géographique et nous a permis d'augmenter notre visibilité à travers les médias et d'accroître notre notoriété auprès de la clientèle suisse allemande. Durant l'année 2025, cette collaboration a généré 43 publications et CHF 453 361.- de retombées économiques.





### FAM Trips (Voyages de Familiarisation)

Pour faire connaître notre destination aux Tours Opérateurs (TO), agences de voyages et autres professionnels des voyages internationaux, RDDM met en place chaque année plusieurs accueils appelés « Fam Trips » (ou « Voyages de Familiarisation »), afin de présenter la région, ses infrastructures et ses produits. Grâce à ces opérations, nous renforçons la promotion de l'ensemble de la destination sur nos marchés cibles prioritaires et travaillons activement à la commercialisation de l'offre touristique. Avec le concours de MRAG et Suisse Tourisme, nous avons accueilli **1 voyage de familiarisation avec le TO suédois Alpene, du 19 au 21 juin.**

Ces voyages ont pour objectif de favoriser le développement d'offres de séjours entre les TO et les prestataires de notre destination (hébergeurs, restaurateurs, etc.). L'année 2025 nous a permis de convertir le passage de plusieurs TO.

En 2025, nous avons surtout travaillé avec des TO et agences de voyages qui ont converti leur passage en offres commerciales. Nous avons accueilli plusieurs groupes en 2025 et d'autres suivront en 2026 :

- › L'agence de voyage française « Club Chilowé » a organisé un séjour rando en raquettes (avec des spécialités locales, une husky-rando et un accompagnement avec un guide local) à l'Ancienne Douane de Morgins
- › Le TO finlandais Matkatoimisto You Travel a organisé 2 voyages en juin et juillet sur la thématique de la randonnée
- › Plusieurs groupes des marchés asiatiques sont venus découvrir le produit « Menu Point de Vue » combinant un aller-retour en téléphérique et le repas au sommet de la Croix-de-Culet (ou sa variante Petit train touristique + repas à la Cantine sur Coux)
- › L'agence de voyage néerlandaise Rewild a commercialisé son premier séjour de randonnée autour des Dents du Midi en juillet
- › Le TO britannique « Railway Freat Journey » a de nouveau réservé plus de 800 nuitées pour ses clients voyageant en train à travers la Suisse
- › Le TO finlandais Matkajouat a préparé un programme de séjour randonnée, qui aura lieu en 2026

### Media Trips et voyages de production

Un Media Trip (ou voyage de presse) est organisé pour les journalistes et influenceurs dans le but de leur faire découvrir la région de manière générale, ou en fonction d'un thème ou d'une activité précise. Les participants explorent la région afin de produire des articles, reportages et contenus photos/vidéos permettant de promouvoir notre destination sur plusieurs supports et attirer de futurs clients.

Si nécessaire, les médias et partenaires promotionnels avec qui nous collaborons créent eux-mêmes le contenu requis pour rédiger un article, ou pour le diffuser notamment sur les réseaux sociaux ou une émission TV. Bien que les sujets principaux restent le ski, le vélo, la randonnée ou la gastronomie régionale, les thèmes abordés sont très variés et couvrent les 4 saisons.

RDDM a organisé et accueilli plus de **20 voyages de presse et de production** :

|    |                  |                 |                               |
|----|------------------|-----------------|-------------------------------|
| 🇨🇭 | 10-12.01.2025    | Média Trip      | 20 Minutes                    |
| 🇨🇭 | 21-23.01.2025    | Média Trip      | Hors-Piste                    |
| 🇺🇸 | 28.02-03.03.2025 | Média Trip      | SNOW North America            |
| 🇫🇷 | 13-14.03.2025    | Média Trip      | Alpes Magazine                |
| 🇫🇷 | 23-25.03.2025    | Média Trip      | Aka Skidor                    |
| 🇨🇳 | 27-29.03.2025    | Média Trip      | Snowhero (Chine)              |
| 🇨🇭 | Mars 2025        | Média Trip      | Marcus Manfredi               |
| 🇧🇪 | 28-29.05.2025    | Voyage de prod. | NKVB                          |
| 🇫🇷 | 11-12.07.2025    | Voyage de prod. | Petit Fûté / Dreams Explorers |
| 🇬🇧 | 16-18.07.2025    | Média Trip      | Hiking & Wellness in Valais   |
| 🇫🇷 | 21-22.07.2025    | Média Trip      | DNA                           |
| 🇫🇷 | 23-24.07.2025    | Média Trip      | Trendy Man                    |
| 🇫🇷 | 25-27.07.2025    | Voyage de prod. | Globetrotter                  |
| 🇩🇪 | 28-31.07.2025    | Média Trip      | Rhein-Zeitung                 |
| 🇩🇪 | 02-05.08.2025    | Média Trip      | Das Wander                    |
| 🇨🇭 | 10-11.08.2025    | Voyage de prod. | MDD Camping + Travel          |
| 🇬🇧 | 06-07.09.2025    | Média Trip      | Men's Health - Dominic Bliss  |
| 🇫🇷 | 16-18.09.2025    | Voyage de prod. | GEO - Moon Walkers            |
| 🇫🇷 | 18-19.09.2025    | Média Trip      | Spring Snyggt                 |
| 🇬🇧 | 29-30.10.2025    | Voyage de prod. | Sidetracked - Pioneer trail   |
| 🇩🇪 | 06-07.12.2025    | Média Trip      | Active & Live                 |

### Championnats du Monde de VTT - Valais 2025

Grâce à la collaboration de différentes entités, sous la coordination de RDDM et son département marketing, le site de compétition a pu mettre en place deux zones d'accueil des médias, mais aussi accompagner et compléter le dispositif UCI/OCM (union cycliste internationale et comité d'organisation central) en apportant notamment sa connaissance du terrain et son expérience des Championnats d'Europe 2024. L'équipe regroupait ainsi des employés de l'Association Internationale des Portes du Soleil, des remontées mécaniques PDS-CH, engagés aux côtés de membres de l'équipe marketing RDDM et de bénévoles ayant offerts leurs précieux services afin de compléter le dispositif. Cette équipe, en plus des missions précédemment citées, a assuré tout au long de la semaine la production de contenu photo et vidéo, l'animation des réseaux sociaux de la destination et de l'événement, et a fourni de nombreux contenus à l'UCI et l'OCM, mais aussi aux médias et partenaires de l'événement.

- › Découvrez l'after-movie des Championnats du Monde sur notre chaîne YouTube !

Vidéo  
disponible ici



## Merchandising

Merchandising et supports d'information RDDM proposés en 2025 dans la boutique, en vente directement dans les Offices du Tourisme de la destination ou en ligne. Matériel de promotion également utilisé sur les événements soutenus par RDDM ou lors d'opérations extérieures afin de participer à la promotion du territoire. Nos références évoluant chaque année, nous vous invitons à consulter notre boutique en ligne pour connaître les objets actuellement disponibles.



DVD La Vallée de l'Illicez 25.-



Carte des activités hivernales 5.-



Carte pédestre été 5.-



Carte Vélo/VTT 5.-



Bonnet 20.-



Porte-clé 5.-



Casquette 20.-



Gourde 39.-



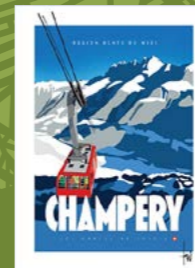
Couteau suisse 49.-



Bob 25.-



Carafe 15.-



Poster 30x40 cm 70.- 50x70 cm 130.- Carte postale 3.-

## Business & développement de produits

Le développement commercial que nous menons avec MRAG (Médias Trips, Fam Trips, Production Trips), les séjours MICE ou les opérations de ventes avec des contacts directs (TO, agence de voyage), génère des retombées économiques directes pour l'économie locale (hébergement, restauration, activités, etc.). Le chiffre d'affaires\* estimé pour 2025 par marché est 3 fois plus élevé que l'année précédente :

|  |                      |
|--|----------------------|
| Suisse   | CHF 249 879.-        |
| France   | CHF 9 922.-          |
| UK   | CHF 126 480.-        |
| Benelux  | CHF 322.-            |
| Autres Europe (Allemagne, pays nordiques, ...) | CHF 35 581.-         |
| Asie & Amérique du Nord                        | CHF 18 029.-         |
| <b>Total</b>                                   | <b>CHF 440 218.-</b> |

\*Chiffre d'affaires estimé à partir des indicateurs minimaux dont nous disposons.

### MICE : Meeting, Incentive, Congress, Event

Secteur d'activité repris en main par RDDM en janvier 2020, le MICE est en constante évolution et représente un angle de développement important pour la région. En 2025, sur un total de **28 demandes reçues**, **16 d'entre elles ont été concrétisées**. Cela représente pour l'exercice 2025 un taux de concrétisation de **57% (contre 44% en 2024)**.

# 26

Demandes  
reçues

# 16

Offres  
concrétisées



### Multi Pass

Du **29 mai au 2 novembre 2025**, le Multi Pass a fait profiter ses bénéficiaires d'activités en illimité ou en réduction sur tout le territoire des Portes du Soleil. Un vaste terrain de jeu qui a su séduire une fois de plus nos hôtes par son attractivité et sa diversité.

En exclusivité dans la Région Dents du Midi, le Multi Pass est compris dans la taxe de séjour. Il est donc remis sans coût supplémentaire aux hôtes et propriétaires de logements de vacances. Pour les personnes désirant profiter du Multi Pass à la journée ou qui ne sont pas soumises à la taxe de séjour, le Multi Pass était également en vente auprès des remontées mécaniques au prix de **CHF 18.- la journée et CHF 120.- la saison**.

Multi Pass distribués en 2025 auprès des hébergeurs et des résidents secondaires de la Région Dents du Midi

# 5 782

Troistorrents / Morgins

# 5 908

Champéry

# 3 873

Val-d'Illiez / Les Crosets / Champoussin

# 15 563

Total

## Campagnes

### Campagne Valais Bike

Tout au long de l'année 2025, une large campagne dédiée au VTT a été lancée par le Canton du Valais, avec la participation des destinations organisant les épreuves des Championnats du Monde de VTT Valais 2025.

#### Objectifs marketing

- › Augmentation de la clientèle VTT en Valais
- › Assurer le succès populaire des Championnats du Monde de Mountain Bike UCI 2025

#### Objectifs de communication

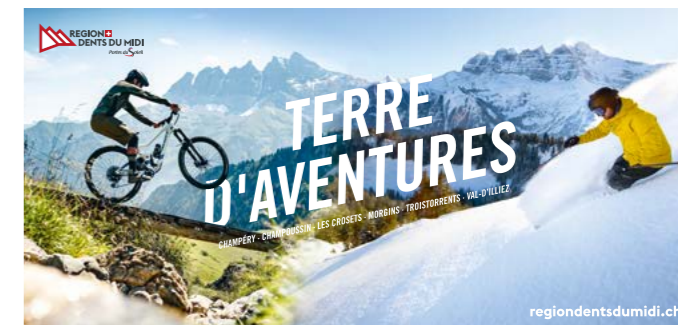
- › Positionnement du Valais en tant que destination phare du VTT auprès du groupe-cible potentiel en Suisse
- › Générer du trafic sur la page de campagne générale et les pages de campagne des destinations sur valais.ch
- › Faire connaître les Championnats du Monde de Mountain Bike UCI et attirer les spectateurs

#### Public-cible

- › Un large groupe cible de VTT du débutant potentiel à l'expert ainsi que les personnes actives avec une affinité pour les sports de plein air
- › Pour la campagne événementielle, le groupe cible est encore élargi aux spectateurs potentiels des Championnats du Monde de Mountain Bike UCI qui ne pratiquent pas forcément le sport eux-mêmes

### Campagne hivernale

La fin de l'été marque le début de la diffusion de notre campagne automnale, mais aussi la planification de notre campagne hivernale et ses premières opérations de promotion. Qu'il s'agisse d'affichage digital, de campagnes médiatiques, d'activations sponsorisées sur les réseaux sociaux ou de partenariats commerciaux à plus grande échelle, nos équipes déploient de novembre à avril un plan de communication global. Ce dernier intègre la promotion du domaine skiable, des activités de loisirs, de l'offre culturelle, des animations et des événements qui rythment l'ensemble de la saison.



### Campagne automnale

Depuis plusieurs années, RDDM s'engage à promouvoir activement le tourisme automnal, qui offre une multitude d'activités et d'animations durant cette saison aux couleurs chatoyantes, avec notamment la prolongation du Multi Pass jusqu'à fin octobre et l'ouverture des remontées mécaniques pendant les week-ends et vacances scolaires. Une campagne 360° a ainsi été déployée pour inviter nos clients et prospects à profiter de l'été indien dans notre région.



## Offres packagées

### Packages hiver

| Packages  | Prestations incluses  |
|---|---|
| Maxi-Rires Festival<br><i>Offre développée dans le cadre de l'événement</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Hébergement (1 nuit)</li> <li>› Billet spectacle : jusqu'à -25%</li> <li>› Cadeau de bienvenue</li> <li>› En option : forfait de ski Portes du Soleil</li> </ul> |
| Ski & Sleep   | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Hébergement &amp; Forfait de ski Portes du Soleil : -15%</li> <li>› Cadeau de bienvenue</li> </ul>   |
| Offres sans nuitée  | Prestations incluses  |
| Menu Point de Vue   | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Aller/retour piéton en téléphérique</li> <li>› Repas de midi au restaurant de la Croix-de-Culet (Champéry) ou de la Foilleuse (Morgins)</li> </ul>               |
| Baptême de Parapente Gourmand   | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Montée en téléphérique</li> <li>› Repas de midi au restaurant de la Croix-de-Culet</li> <li>› Vol tandem en parapente</li> </ul>                                 |



### Packages été / automne

| Packages                             | Prestations incluses  |
|--------------------------------------|---|
| Multi Pass                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Carte incluse dès la première nuitée dans la Région Dents du Midi</li> <li>› 70 activités gratuites en illimité et 100 activités en réduction dans les Portes du Soleil</li> </ul> |
| Bike & Sleep                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Hébergement &amp; Forfait VTT Portes du Soleil : -15%</li> <li>› Cadeau de bienvenue</li> </ul>  |
| Championnats du Monde de la Raclette | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Hébergement à -15%</li> <li>› Billet d'entrée à l'événement pour les 3 jours</li> <li>› -10% sur la boutique officielle de l'événement</li> <li>› Cadeau de bienvenue</li> </ul>   |



| Offres sans nuitée   | Prestations incluses   |
|--|--|
| Best of Valais with a Guide<br><i>Offre VTT développée en collaboration avec VWP</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>› 1 journée (ou demi-journée) accompagnée d'un guide VTT</li> </ul>   |
| Menu Point de Vue  | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Aller/retour piéton en téléphérique</li> <li>› Repas de midi au restaurant de la Croix-de-Culet (Champéry) ou de la Foilleuse (Morgins)</li> </ul>                                    |
| Menu Point de Vue en train   | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Billet de train aller-retour depuis Aigle ou Monthey</li> <li>› Aller/retour piéton en téléphérique</li> <li>› Repas de midi au restaurant de la Croix-de-Culet (Champéry)</li> </ul> |
| Baptême de parapente gourmand  | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Montée en téléphérique</li> <li>› Repas de midi au restaurant de la Croix-de-Culet</li> <li>› Vol tandem en parapente</li> </ul>  |

## La région a du talent

### Accompagnement des champions de demain

Reconnue comme terre de champions, la Région Dents du Midi a à cœur de perpétuer ce statut en développant une politique de soutien aux jeunes talents. « Quand on a du talent, on se doit de le cultiver ». Les champions en herbe d'aujourd'hui sont les ambassadeurs de demain ! Ce support se matérialise de différentes façons : financièrement, afin de les accompagner durant leur saison et les aider à boucler leurs budgets en termes de communication, avec des activations sur les différents supports de la région (site internet, réseaux sociaux, brochures) par un accompagnement en termes de production de contenu, réalisation de dossier de sponsoring et mise en relation avec des partenaires potentiels notamment

**Les jeunes athlètes** accompagnés dans ce cadre en 2025 sont : **Adrien Berrut** (tennis), **Dorian Saillen** (tir), **Elodie Bertholet** (ski cross), **Ethan Perrin** (BMX), **Jesper Pritchard** (ski alpin), **Raoul & Emric Schneeberger** (VTT), **Louka Bertouy** (football), **Matis Crettenand** (ski freestyle), **Robert Clarke** (ski alpin), **Timéo Ducommun** (VTT) et **Zacharie Nantermod** (ski alpin & freestyle).

### Exporter le talent des ambassadeurs à l'international

Pour briller au niveau national comme à l'international, RDDM comptait **plusieurs athlètes de renom** ainsi que des ambassadeurs dans différentes disciplines. Ainsi, l'équipe 2025 de la Région Dents du Midi comptait notamment dans ses rangs : **Laurent De Martin** (ski freeride), **Margaux Mendes de Leon** (ski alpinisme) et **Camille Balanche** (VTT de descente).

### Un soutien aux clubs locaux

Cet accompagnement ne se limite pas aux jeunes athlètes. En effet, RDDM apporte également son aide aux **clubs et infrastructures sportives**. Ainsi, la destination collabore notamment avec l'**Illiez Bike Club**, assurant la promotion du vélo par la formation des jeunes, la création et le soutien d'événements et le développement d'infrastructures progressives. Grâce à ses actions, l'IBC crée une réelle culture du vélo dans la région et une plateforme pour les cyclistes multidisciplinaires ainsi qu'une communauté investie.

Afin d'accompagner également le développement du ski alpin, RDDM soutient aussi le **Ski Team Dents du Midi**. Cette structure est l'une des 8 sections régionales de Ski Valais, association formant et soutenant les jeunes athlètes de 12 à 16 ans afin de permettre aux meilleurs de rejoindre les rangs de l'équipe suisse de ski.

Qu'il s'agisse d'un sport individuel ou d'équipe, les clubs ont tous pour vocation de créer des rencontres qui aident à forger les ambitions tout en donnant l'opportunité à chacun de s'épanouir à son rythme. S'entraîner pour gagner (ou perdre) ensemble, c'est la force d'un team. C'est pourquoi la région applaudit et supporte les clubs et structures sportives du territoire.



Adrien Berrut  
Tennis



Dorian Saillen  
Tir



Elodie Bertholet  
Ski-cross



Ethan Perrin  
BMX



Jesper Pritchard  
Ski alpin



Louka Bertouy  
Football



Matis Crettenand  
Ski freestyle



Robert Clarke  
Ski alpin



Timéo Ducommun  
VTT



Zacharie Nantermod  
Ski alpin & freestyle



Emric Schneeberger  
VTT



Raoul Schneeberger  
VTT



Margaux Mendes de Leon  
Ski alpinisme



Illiez Bike Club



Ski Team Dents du Midi



# Accueil & Information

## Missions & objectifs

- › Donner des conseils éclairés tant aux visiteurs qu'aux résidents secondaires et habitants de la destination
- › Collecter, trier et hiérarchiser l'information touristique : connaissance fine de l'offre du territoire, organisation de bases de données
- › Accueillir physiquement, par téléphone, par correspondance et virtuellement les visiteurs, mais aussi la population locale et nos partenaires
- › Vendre les activités, les prestations et les produits du territoire
- › Développer des outils de diffusion de l'information pour faciliter le séjour durant ses étapes, et pour mieux promouvoir l'offre touristique et commerciale du territoire
- › Gérer les billetteries
- › Réaliser diverses brochures répondant aux besoins de la clientèle et de nos partenaires
- › Gérer une centrale de réservation (offres et réservations d'hébergement, ventes de produits packagés, boutique en ligne, etc.)

## Les rôles du secteur

### L'accueil et l'information dans nos Offices du Tourisme

Les Offices du Tourisme de RDDM remplissent plusieurs missions de proximité au service des visiteurs et de la population locale. Nos agents d'accueil s'engagent à fournir en toute objectivité des informations complètes, de qualité, et en trois langues (français, allemand, anglais) : il s'agit d'orienter notre clientèle dans la recherche d'hébergement, de restauration, d'activités de sports/loisirs et de culture, tout en valorisant l'identité et les produits de l'ensemble du territoire.

Durant les périodes d'entre-saison, le travail de nos collaborateurs consiste à préparer tous les processus internes nécessaires au bon fonctionnement du secteur : conception des brochures, inventaire des stocks, mises à jour de documents et de pages internet, etc.



## Les nouveautés 2025

### Développement d'un espace « Partenaires »

sur [regiondentsdumidi.ch](https://regiondentsdumidi.ch)

Un nouvel espace « Partenaires » a été créé sur notre site internet pour renforcer la collaboration avec les acteurs touristiques et centraliser l'information. Dans un contexte où les exigences administratives et les attentes du marché évoluent rapidement, il était nécessaire de proposer un point d'accès clair et facilement accessible.

Cet espace permet de :

- › Simplifier l'accès aux informations utiles (directives, formulaires, outils marketing, etc.)
- › Faciliter l'intégration et la mise à jour des offres
- › Améliorer la transparence des processus et des échéances
- › Renforcer la cohérence de notre communication régionale

Au-delà d'un simple outil administratif, il constitue un levier stratégique pour professionnaliser la collaboration, gagner en efficacité et favoriser l'engagement des prestataires. Il illustre notre volonté de consolider un partenariat durable et structuré, au service de l'attractivité de la Région Dents du Midi.

### Plan des randonnées pédestres

Un nouveau plan des randonnées pédestres estivales a vu le jour en 2025, conçu comme un outil pratique répondant à un besoin clairement identifié tant par nos visiteurs que par nos hébergeurs.

Ce nouveau plan répond à ces attentes. Il propose une vue d'ensemble structurée des itinéraires, hiérarchisée selon les niveaux de difficulté. Distribué gratuitement, il constitue un outil d'accueil concret et utile, facilitant l'orientation des visiteurs et renforçant la qualité perçue de notre information touristique.

### Nouvelle rubrique « Offres d'emploi »

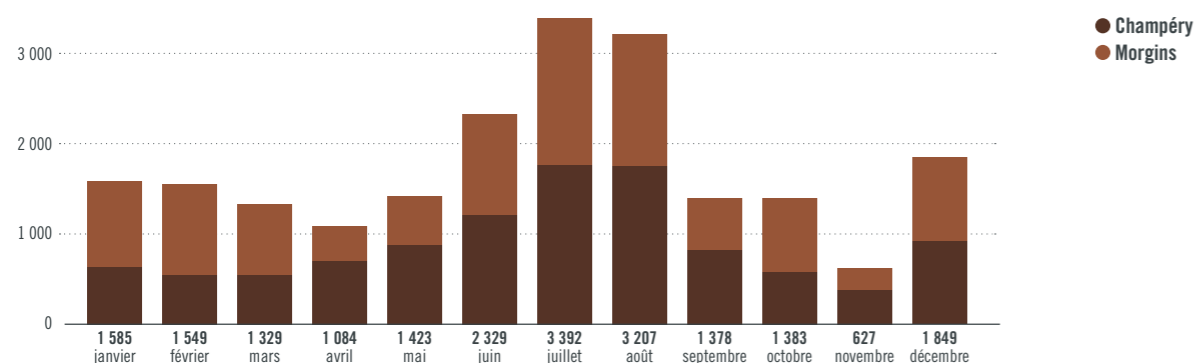
Une rubrique « Offres d'emploi » a été créée pour répondre à la forte demande des saisonniers et des chercheurs d'emploi, tout en offrant une visibilité accrue à nos partenaires dans leurs processus de recrutement. Cette plateforme facilite la mise en relation entre candidats et employeurs, valorise le dynamisme économique local et renforce l'attractivité de la région comme lieu de travail.

### Service de ticketing à Morgins

En partenariat avec les TPC, un service de délivrance de titres de transport a été mis en place à l'Office du Tourisme de Morgins. En l'absence de gare et d'automates, ce service permet d'acheter directement sur place des titres de transport, offrant ainsi une solution simple, humaine et de proximité.

Au-delà de sa praticité, cette initiative illustre notre volonté d'anticiper les besoins du terrain et de maintenir un niveau de service cohérent avec les attentes d'une destination touristique moderne.

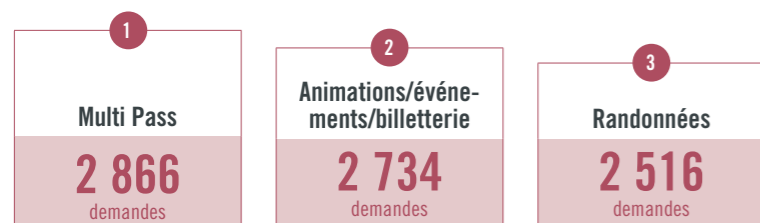
## Statistiques des demandes enregistrées en 2025



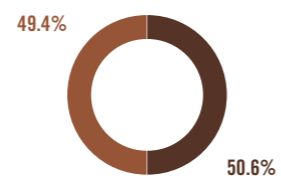
| Comparatif par année | 2024          |              |               | 2025          |              |               | Évolution 2024 vs 2025 |
|----------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------------------|
|                      | Guichet       | Téléphone    | Total         | Guichet       | Téléphone    | Total         |                        |
| Champéry             | 7 400         | 3 215        | 10 615        | 7 010         | 3 666        | 10 676        | +0.6% ↗                |
| Morgins              | 6 038         | 2 717        | 8 755         | 7 565         | 2 853        | 10 418        | +19% ↗                 |
| <b>TOTAL</b>         | <b>13 438</b> | <b>5 932</b> | <b>19 370</b> | <b>14 575</b> | <b>6 519</b> | <b>21 094</b> | <b>+8.9% ↗</b>         |

› Les guichets virtuels de la gare de Val-d'Illeiez et de l'Antre d'Eux à Champoussin ont généré **31 appels** sur l'année 2025 (48 en 2024)  
 › Plusieurs personnes d'un même groupe = 1 demande enregistrée

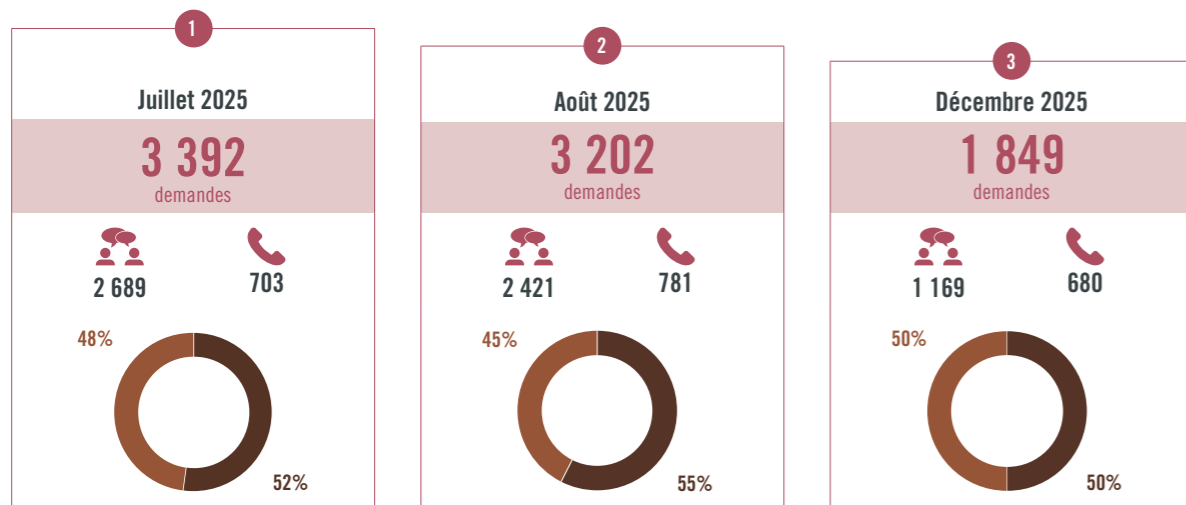
### Top 3 des demandes les plus fréquentes



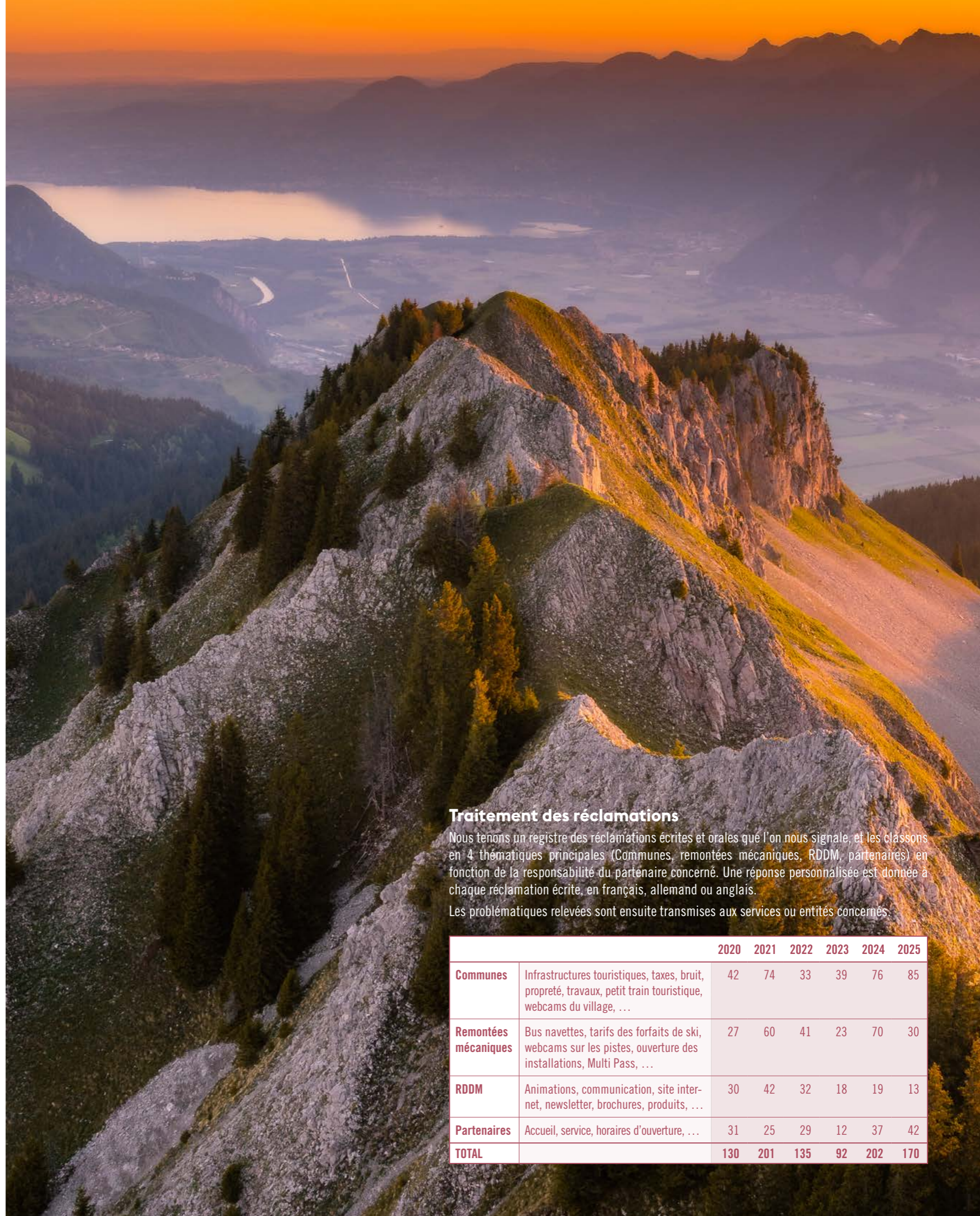
### Répartition du volume de demandes par Office du Tourisme sur l'année



### Top 3 des mois les plus affluents



Depuis plusieurs années déjà, nous constatons un changement de tendance quant à la fréquentation de nos Offices du Tourisme, avec une affluence plus importante en été qu'en hiver. Ce phénomène s'explique principalement par le fait qu'entre fin mai et fin octobre, les propriétaires de résidences secondaires se rendent dans les OT pour retirer physiquement leurs Multi Pass.



### Traitement des réclamations

Nous tenons un registre des réclamations écrites et orales que l'on nous signale, et les classons en 4 thématiques principales (Communes, remontées mécaniques, RDDM, partenaires) en fonction de la responsabilité du partenaire concerné. Une réponse personnalisée est donnée à chaque réclamation écrite, en français, allemand ou anglais.

Les problématiques relevées sont ensuite transmises aux services ou entités concernés.

|                             |   | 2020       | 2021       | 2022       | 2023      | 2024       | 2025       |
|-----------------------------|---|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|
| <b>Communes</b>             | Infrastructures touristiques, taxes, bruit, propreté, travaux, petit train touristique, webcams du village, ... | 42         | 74         | 33         | 39        | 76         | 85         |
| <b>Remontées mécaniques</b> | Bus navettes, tarifs des forfaits de ski, webcams sur les pistes, ouverture des installations, Multi Pass, ...  | 27         | 60         | 41         | 23        | 70         | 30         |
| <b>RDDM</b>                 | Animations, communication, site internet, newsletter, brochures, produits, ...                                  | 30         | 42         | 32         | 18        | 19         | 13         |
| <b>Partenaires</b>          | Accueil, service, horaires d'ouverture, ...   | 31         | 25         | 29         | 12        | 37         | 42         |
| <b>TOTAL</b>                |   | <b>130</b> | <b>201</b> | <b>135</b> | <b>92</b> | <b>202</b> | <b>170</b> |









## Publications

Une dizaine de brochures sont éditées tout au long de l'année, en lien avec les services et activités proposés dans la Région Dents du Midi. Elles sont à disposition en version papier aux guichets de nos 2 bureaux d'information, ou téléchargeables sur notre site internet.

### Nos brochures

#### Guide pratique

Le guide pratique s'adresse tant à nos partenaires et résidents secondaires qu'aux clients en recherche d'informations. Activités, agenda, annuaire, informations pratiques et bons plans constituent l'essentiel de son contenu.

| Hiver 2024-2025   |   | Été 2025  |   |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| 5 000 exemplaires FR  | 2 000 exemplaires DE  | 5 000 exemplaires FR  | 1 000 exemplaires DE  |
|  |  |  |  |
| 3 500 exemplaires EN  | 128 pages   | 2 500 exemplaires EN  | 140 pages   |

#### Livret d'accueil pour le personnel saisonnier

La réussite d'une destination et la qualité de l'accueil passent aussi par le personnel qu'elle emploie. Ce livret a été réalisé pour les saisonniers, afin de faciliter leur intégration et leur donner toutes les informations utiles dans leur quotidien.

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 300 exemplaires   | en ligne  | 48 pages  |











#### Brochure hébergement

Ce support présente par type d'hébergement les établissements de la région, leurs services, leurs infrastructures et leurs équipements.

|   |   |
|---|---|
|  |  |
| sur 1 support   | 80 pages  |




#### RDDM Info

Cette brochure a pour objectif de partager l'actualité touristique de la destination. Elle est envoyée en tout-ménage aux habitants de la Vallée d'Illiez et par courrier au domicile principal de nos résidents secondaires.

| Printemps 2025  |  | Automne 2025  |   |
|---|--|---|---|
|            |  |            |  |
| 8 000 exemplaires FR  | 28 pages   | 8 000 exemplaires FR  | 32 pages  |
|            |  |            |  |
| 3 420 envois aux résidents secondaires  | 4 381 envois en tout-ménage dans la Vallée d'Illiez                                | 3 476 envois aux résidents secondaires  | 4 381 envois en tout-ménage dans la Vallée d'Illiez                                 |
|  en ligne |  |  en ligne |   |

#### Sentiers didactiques

Ce fascicule répertorie les balades thématiques de la région, jalonnées de panneaux explicatifs en lien avec la faune, la flore, la géologie ou le patrimoine.

|   |  |   |
|---|--|---|
|  |  |  |
| 19 balades  | 48 pages   | sur 1 support   |





### Nos cartes et plans

Nos cartes mettent en lumière les parcours de la région. Chaque itinéraire proposé présente un profil avec le tracé, la durée, le niveau de difficulté, les points d'intérêt à découvrir en chemin, et d'autres données utiles à la préparation de la sortie.






#### Carte des randonnées estivales

|   |   |
|---|---|
|  |  |
| 29 balades  |   |

#### Carte vélo et VTT

|  |   |   |
|--|---|---|
|   |  |  |
| 7 parcours route   | 11 parcours e-Bike  | 11 pistes DH  |
|  |   |   |

#### Carte des activités hivernales



|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| 9 balades   | 21 sentiers raquettes   | 3 parcours ski de fond  | 6 parcours ski de rando   |
|  |   |   |   |



### Nos autres publications

#### Fiches internet « APIDAE »

L'outil APIDAE permet de saisir, stocker et exploiter les informations touristiques pour renseigner les clients sur l'offre de la destination. Chaque prestataire d'activité, commerce, entreprise et service dispose d'une fiche digitale qui lui est propre, que RDDM met à jour en continu. Les informations saisies remontent sur notre site internet, et constituent le contenu visible par le client sur [regiondentsdumidi.ch](http://regiondentsdumidi.ch).

#### Plans des balades (été)

|   |   |
|---|---|
|  |  |
| 30 propositions d'itinéraires   |   |
| Champéry - Val-d'Illiez - Les Crosets Champoussin                                   |   |

|   |   |
|---|---|
|  |  |
| 30 propositions d'itinéraires   |   |
| Morgins - Troistorrens - Val-d'Illiez Les Crosets - Champoussin                     |   |

#### Liste « à votre service »

Édité 2x par année (1x au printemps, 1x en automne), ce livret répertorie les dates de fermeture/ouverture des restaurants durant les périodes d'entre-saison.



## Centrale de réservation TOMAS

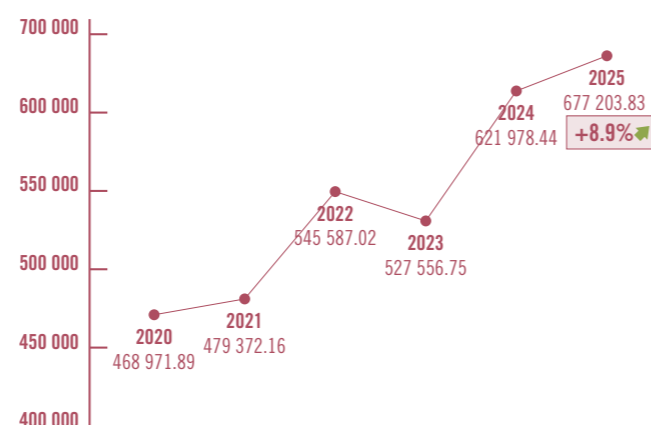
### Prestations fournies par notre centrale de réservation online, 24h sur 24, 7 jours sur 7

- › Hébergement (chalets/appartements, hôtels, B&B, etc.)
- › Produits packagés
- › Articles utiles (cartes pédestres, etc.)
- › Activités (sorties thématiques, randonnées accompagnées, activités à la ferme, etc.)
- › Cadeaux ou souvenirs (livres, textiles, etc.)

### Objectifs

- › Proposer un service professionnel
- › Augmenter le volume des réservations
- › Gagner de nouveaux clients

### Évolution du chiffre d'affaires de la centrale de réservation



### Séjours réservés par type de canal utilisé

Le canal est la plateforme par laquelle le client effectue sa réservation.

| Canal utilisé             | Nombre de ventes |              | 2025 vs 2024 | Nombre de nuitées |              | Nombre de personnes |              | CA généré (CHF)   |                   | 2025 vs 2024 |
|---------------------------|------------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|---------------------|--------------|-------------------|-------------------|--------------|
|                           | 2024             | 2025         |              | 2024              | 2025         | 2024                | 2025         | 2024              | 2025              |              |
| RDDM (internet ou OT)     | 81               | 69           | -15%         | 1 024             | 992          | 258                 | 304          | 79 825.45         | 84 046.70         | +5%          |
| valais.ch                 | 9                | 11           | +22%         | 26                | 34           | 18                  | 25           | 2 553.00          | 4 120.90          | +61%         |
| Booking.com               | 758              | 849          | +12%         | 5 066             | 6 041        | 1 783               | 2 188        | 351 140.18        | 413 968.14        | +18%         |
| AirBnB                    | 9                | 17           | +89%         | 135               | 218          | 29                  | 47           | 9 202.00          | 20 540.00         | +123%        |
| Expedia / Venere          | 51               | 70           | +37%         | 170               | 279          | 92                  | 128          | 14 945.86         | 29 663.39         | +98%         |
| E-Domizil                 | 9                | 8            | -11%         | 359               | 133          | 67                  | 25           | 21 908.00         | 11 698.00         | -46%         |
| Tbooking <sup>1</sup>     | 273              | 234          | -14%         | 1 346             | 973          | 628                 | 529          | 142 403.95        | 113 166.70        | -21%         |
| <b>Total</b>              | <b>1 190</b>     | <b>1 258</b> | <b>+5.7%</b> | <b>8 126</b>      | <b>8 670</b> | <b>2 875</b>        | <b>3 246</b> | <b>621 978.44</b> | <b>677 203.83</b> | <b>8.9%</b>  |
| <b>2025 vs 2024 (+/-)</b> | <b>5.7%</b>      |              |              | <b>6.7%</b>       |              | <b>12.9%</b>        |              | <b>8.9%</b>       |                   |              |

<sup>1</sup>Tbooking = module de réservation en ligne proposé par notre centrale de réservation, qui s'intègre au site web des hébergeurs pour générer des réservations en direct.

### Nombre d'objets en location réservés sur regiondentsdumidi.ch

Situation au 31.12.2025

|              | Chalets & Appartements <sup>1</sup> |           |                          |            | Hôtels & Backpackers |           | BnB      |          | Total      |            | Évolution 2025 vs 2024 |
|--------------|-------------------------------------|-----------|--------------------------|------------|----------------------|-----------|----------|----------|------------|------------|------------------------|
|              | TOMAS                               |           | Openbooking <sup>2</sup> |            | 2024                 | 2025      | 2024     | 2025     | 2024       | 2025       |                        |
|              | 2024                                | 2025      | 2024                     | 2025       |                      |           |          |          |            |            |                        |
| Champéry     | 15                                  | 13        | 48                       | 13         | 4                    | 4         | 1        | 2        | 68         | 32         | -9.6%                  |
| Champoussin  | 13                                  | 20        | 0                        | 0          | 0                    | 0         | 0        | 0        | 13         | 20         |                        |
| Les Crosets  | 12                                  | 12        | 1                        | 0          | 4                    | 4         | 0        | 0        | 17         | 16         |                        |
| Morgins      | 4                                   | 4         | 108                      | 127        | 2                    | 2         | 2        | 2        | 116        | 135        |                        |
| Troistorrens | 0                                   | 0         | 0                        | 0          | 0                    | 0         | 0        | 0        | 0          | 0          |                        |
| Val-d'Illicz | 43                                  | 29        | 0                        | 0          | 1                    | 1         | 1        | 1        | 45         | 31         |                        |
| <b>TOTAL</b> | <b>87</b>                           | <b>78</b> | <b>157</b>               | <b>140</b> | <b>11</b>            | <b>11</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>259</b> | <b>234</b> |                        |

<sup>1</sup> Les chalets et appartements en location à l'année ou à la saison ne sont pas comptabilisés dans ces chiffres.

<sup>2</sup> Afin de compléter l'offre disponible en matière d'hébergements dans la destination et ainsi gagner en visibilité sans devoir multiplier le travail de saisie et de mise à jour (risque d'overbooking), Openbooking est un outil que nous utilisons pour récupérer les données déjà existantes sur les plateformes de réservations telles que Booking.com ou Rentalp.

### Séjours réservés par type d'hébergement

| Type d'hébergement        | Nombre de ventes |              | 2025 vs 2024 | Nombre de nuitées |              | Nombre de personnes |              | CA généré (CHF)   |                   | 2025 vs 2024 |
|---------------------------|------------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|---------------------|--------------|-------------------|-------------------|--------------|
|                           | 2024             | 2025         |              | 2024              | 2025         | 2024                | 2025         | 2024              | 2025              |              |
| Hôtels                    | 565              | 565          | 0%           | 2 517             | 2 511        | 1 285               | 1 421        | 275 621.61        | 285 170.54        | +3.4%        |
| Chalets/appartements      | 198              | 246          | +24%         | 4 230             | 4 797        | 728                 | 892          | 259 756.68        | 303 122.94        | +16.7%       |
| BnB                       | 427              | 447          | +5%          | 1 379             | 1 362        | 862                 | 933          | 86 600.15         | 88 910.35         | +2.6%        |
| <b>Total</b>              | <b>1 190</b>     | <b>1 258</b> | <b>+5.7%</b> | <b>8 126</b>      | <b>8 670</b> | <b>2 875</b>        | <b>3 246</b> | <b>621 978.44</b> | <b>677 203.83</b> | <b>+8.9%</b> |
| <b>2025 vs 2024 (+/-)</b> | <b>+5.7%</b>     |              |              | <b>+6.7%</b>      |              | <b>+12.9%</b>       |              | <b>+8.9%</b>      |                   |              |

# 1 284

Abonnés à notre service d'information WhatsApp  
(81 inscriptions en 2025)

# 21 125

Nombre de demandes enregistrées dans  
les Offices du Tourisme (*plusieurs personnes  
du même groupe = 1 demande*)

# CHF 677 203.83

Chiffre d'affaires réalisé sur notre centrale de réservation  
tous canaux confondus (hébergement)

Avis Google ★★★★★

Office du Tourisme de Champéry

## 4.7 / 5

191 avis au total  
48 avis récoltés durant l'année

Office du Tourisme de Morgins

## 4.4 / 5

266 avis au total  
36 avis récoltés durant l'année

# Qualité & Relations Partenaires

## Missions & objectifs

- › Garantir une collaboration efficace et travailler de manière transversale avec tous les secteurs
- › Garantir le respect des procédures et des règles internes
- › Fédérer encore plus les forces dans la destination :
  - › Crédibiliser et consolider la structure RDDM dans la vallée
  - › Travailler en toute confiance avec les acteurs-clés dans un objectif commun
  - › Développer un maximum de synergies pour promouvoir efficacement la région

## Qualité & Relations Partenaires

RDDM conçoit le développement de la qualité aussi bien pour ses propres prestations et le travail de ses collaborateurs (qualité interne) que pour l'amélioration continue de l'offre touristique auprès de l'hôte (qualité externe).

En termes de Relations Partenaires, RDDM œuvre dans le but de fédérer et travailler avec l'ensemble des acteurs. Le succès d'une destination passe par la collaboration, la solidarité et la confiance entre les différents partenaires. En développant un maximum de synergies avec les acteurs touristiques clés (Communes, PDS-CH, hébergeurs, société des agriculteurs, TPC, etc.) et en travaillant en toute transparence à leurs côtés, RDDM œuvre à la concrétisation d'objectifs communs.

### Orientation client



### Management interne



## Les rôles du secteur

### Garantir un niveau de qualité optimal

(qualité interne)

Un système de management intégré a été mis en place au sein de RDDM en 2018 afin de répondre aux exigences managériales standards : processus et procédures, respect des règles de travail, analyse des non-conformités et actions correctives, gestion des risques, revue de direction. **En septembre 2025, aucune non-conformité n'a été soulevée à la suite de l'audit de renouvellement de la certification ISO 9'001** (principe de management de la qualité au sein de l'entreprise) et ISO 14'001 (principe d'amélioration continue de la performance environnementale).

Dans une dynamique de durabilité et d'amélioration continue, RDDM est labellisée « Valais excellence » depuis 2018. Ce label distingue les entreprises valaisannes les plus performantes, qui assument également leur rôle social et leur responsabilité environnementale et s'efforcent ainsi d'améliorer constamment leurs produits et services.

### Optimiser le pilotage de la destination

(qualité interne et externe)

- › Monitoring des indicateurs de performance
- › Analyse des enquêtes de satisfaction clients et mesures d'améliorations continues
- › Compilation et analyse des données collectées par les Communes (nuitées, provenances, etc.)
- › Market intelligence partenaires et publics cibles (attentes, tendances marchés...)
- › Collaboration et consolidation des données avec l'Observatoire Valaisan du Tourisme, VWP, Suisse Tourisme et la FST

### Mieux coopérer

(qualité interne et externe)

- › Participation à la mise en place de produits et services optimaux susceptibles de satisfaire et fidéliser le client
- › Optimisation des contrats de sponsoring pour maximiser les retours sur investissement
- › Coordination des mandats de prestations pour PDS-CH et la SAVI
- › Coordination de projets communs avec l'ensemble des acteurs touristiques (synergies)
- › Organisation de team building afin d'accroître les échanges entre les collaborateurs de RDDM
- › Optimisation de la communication sur notre fonctionnement et sur nos résultats

### Assurer nos engagements sociaux et environnementaux

(qualité interne et durabilité)

En termes de responsabilité sociétale (RSE), RDDM intègre les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans ses activités quotidiennes et dans ses interactions avec les parties prenantes.

Certifiés ISO 14'001 et désireux d'appliquer au quotidien les engagements de la « Charte du développement durable en Suisse », nous œuvrons en faveur du développement durable de la destination et nous efforçons de réduire l'impact environnemental lié à nos activités.

Forte de ses engagements environnementaux, sociaux et économiques, RDDM a obtenu en avril 2022 le niveau III Leading de Swisstainable, le label de la FST. Il s'agit de la plus haute distinction de labellisation décernée aux entreprises possédant une certification de durabilité complète et reconnue.

Le programme de durabilité **Swisstainable** réunit des établissements et des organisations de l'ensemble du secteur touristique suisse. Par notre participation, nous nous engageons à un développement durable continu et appliquons des mesures dans le domaine de la durabilité pour apporter ainsi une contribution concrète à un tourisme suisse durable.

| Mesures / Actions  | Objectifs  |
|--|--|
| Labellisation Valais excellence                          | Développement durable et responsable (engagements sociaux, économiques et environnementaux)  |
| Labellisation Swisstainable Niveau III – leading         | Positionner RDDM comme une entreprise durable, qui s'engage toujours en matière de durabilité<br>Apporter une contribution concrète à un tourisme suisse durable   |
| Certification ISO 9'001:2015                             | Politique d'entreprise et principes de management de la qualité interne (système de management intégré)  |
| Certification ISO 14'001:2015                            | Système de management environnemental (stratégie, objectifs et indicateurs)  |
| Charte éco-responsable (culture d'entreprise)            | Engagements, valeurs communes et mesures internes/plan d'actions pour limiter l'impact de nos activités<br>Promouvoir un tourisme éthique et durable en collaboration avec l'ensemble de nos partenaires/parties intéressées |
| Entreprise formatrice                                    | Contribuer au système suisse de formation professionnelle et assumer une responsabilité sociale  |
| Politique de soutien aux jeunes talents / clubs locaux   | Soutenir les jeunes espoirs de la vallée et encourager le développement de différentes disciplines   |
| Utilisation d'Ecocup et vaisselle/services réutilisables | Réduire les déchets lors des manifestations et événements organisés et/ou soutenus par RDDM  |
| Bornes de tri & recyclage des déchets                    | Gestion des déchets (bureaux, manifestations/événements) pour un tourisme propre, responsable et durable   |
| Bornes de rechargement électrique                        | Infrastructures Eco-Friendly destinées aux véhicules électriques/e-bikes   |
| Collaboration avec les TPC                               | Promotion des transports publics et de la mobilité douce   |
| Collaboration avec Protect Our Winter                    | Mobiliser la communauté des sports outdoor à la préservation de l'environnement (promotion de la mobilité douce)   |
| Collaboration avec Summit Foundation                     | Participation au programme Sustainable Mountains (stratégie de durabilité)<br>Campagnes de sensibilisation et journées de ramassage/nettoyage du domaine   |
| Collaboration avec Slow Food Travel                      | Promotion de la culture et des traditions alimentaires locales (sensibilisation et mise en réseau des acteurs locaux)  |
| Collaboration avec Access4all, Emera et Pro Infirmis     | Identification et relevé de l'accessibilité des lieux touristiques pour les personnes en situation de handicap   |

### Participation au programme Lonely Planet

Le Valais a été nommé par le célèbre guide de voyage Lonely Planet parmi les destinations incontournables au monde pour 2025, décrochant la 5<sup>ème</sup> place du prestigieux Top 10. Cette reconnaissance internationale vient saluer notre engagement collectif de longue date pour faire du Valais une destination d'exception, un accomplissement dont nous pouvons tous être fiers. Cette distinction témoigne de l'attractivité croissante et du caractère unique du Valais, tout en soulignant l'impact de nos efforts conjoints pour faire de notre canton une destination accueillante en toutes saisons. Afin de renforcer cette attractivité tout au long de l'année, nous collaborons étroitement avec nos partenaires pour proposer des offres de qualité, en phase avec les attentes de nos hôtes. Des activités de plein air, comme le VTT électrique, aux expériences culturelles et gastronomiques authentiques, en passant par des événements d'envergure, l'attrait du Valais repose sur cette diversité d'offres qui fait toute sa richesse et son caractère unique. Ainsi, cette distinction de Lonely Planet souligne les efforts que nous déployons chaque jour en faveur d'une vision commune. Ensemble, nous faisons rayonner le Valais sur la scène touristique internationale, consolidant son image de destination durable et variée, où chaque visiteur peut vivre des moments uniques et authentiques.



## Coopérations & partenariats

Sous la forme de mandats de prestations, RDDM apporte son savoir-faire aux acteurs de la vallée et participe à la création de projets touristiques, en mettant notamment ses compétences à disposition pour :

- › la réalisation des campagnes promotionnelles
- › la gestion de projets digitaux
- › la création graphique de supports de communication
- › le partage de contenus sur les réseaux sociaux
- › la réalisation sur demande d'audits de qualité et de formations continues

### Coopération avec PDS-CH

La société des remontées mécaniques PDS-CH mandate RDDM depuis plusieurs années maintenant afin de développer et déployer ses différentes campagnes marketing. Ces dernières se découpent en 3 phases distinctes, permettant de travailler activement à la vente et à la promotion du domaine skiable.

#### Vente Flash

- › Opération dédiée à la vente de forfaits saison Portes du Soleil à tarif préférentiel, limitée à une journée

#### Préventes

- › Opération suivant la Vente Flash, dédiée également à la vente de forfaits saison Portes du Soleil et incluant des offres segmentées pour différents types de clientèles (étudiants, familles, adultes). Offre disponible jusqu'à l'automne

#### Notoriété

- › Ensemble d'activations déployées en amont de la saison hivernale et tout au long de celle-ci afin d'accroître la notoriété du domaine Portes du Soleil et du secteur suisse auprès de la clientèle suisse notamment

### Collaboration avec l'association Access4all › Tourisme handicap

Créée en 2021, l'association « Access4all » a pour but de répertorier les lieux touristiques de la Vallée d'Illeaz accessibles aux personnes en situation de handicap. L'objectif principal de ce projet est de lister les points d'intérêt, les hébergements, les activités et les animations adaptés, pour favoriser l'accueil et les loisirs de ces visiteurs dans la Région Dents du Midi. L'association va également à la rencontre des acteurs touristiques et des prestataires de la région, afin de les conseiller sur les mesures d'améliorations et les adaptations possibles à entreprendre sur les infrastructures existantes.

Complémentaire à notre collaboration avec Pro Infirmis et la Fondation Emera pour la centralisation des données et des prestations pour les personnes en situation de handicap, RDDM soutient pleinement cette démarche qui offre une plus-value tant pour les personnes concernées que pour la destination.

Accueil  
« Tourisme  
& handicap »



ACCESS4all  
ASSOCIATION

pro infirmis

FONDATION - STIFTUNG  
emera

## Coopération et complémentarité RDDM / Communes / Sociétés de développement

|                                     | RDDM SA<br>Société Anonyme   | Communes<br>Administration publique  | Sociétés de Développement<br>Association de droit privé d'intérêt général  |
|-------------------------------------|--|--|--|
| <b>Missions</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Promouvoir la destination et ses produits</li> <li>› Conduire et coordonner l'information et l'accueil auprès des hôtes de la vallée</li> <li>› Garantir une animation attrayante et l'organisation d'événements majeurs</li> <li>› Force de proposition et coordination des groupes de travail pour soutenir les 3 Communes (infrastructures, digital, homologation/balilage, ...)</li> <li>› Assurer des prestations marketing auprès de nos actionnaires (SAVI, PDS-CH, Communes)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>› Fixer et améliorer les conditions cadres</li> <li>› Créer et entretenir les infrastructures touristiques (sentiers rando &amp; VTT, centres sportifs, etc.)</li> <li>› Facturer et encaisser les taxes touristiques</li> <li>› Toutes autres missions propres aux Communes</li> </ul> | <p>Réf. Article 2 Statuts SD :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>› Représenter et défendre les intérêts du tourisme local</li> <li>› Participer à l'élaboration de la politique locale du tourisme</li> <li>› Favoriser et assumer l'animation locale</li> <li>› Exécuter les tâches déléguées par la Commune avec l'accord de la SD</li> </ul> |
| <b>Cibles par ordre de priorité</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hôte qui séjourne sur place, le résident secondaire, membres de la famille et amis</li> <li>2. Pendulaire excursionniste</li> <li>3. Nos actionnaires, médias, autres</li> <li>4. Le local / contribuable</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le local / contribuable</li> <li>2. Le résident secondaire</li> <li>3. Hôte en séjour, pendulaire</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le local / contribuable</li> <li>2. Le résident secondaire</li> <li>3. Hôte en séjour, pendulaire</li> </ol>   |

### Prolongement pour la 5<sup>ème</sup> année consécutive de l'ouverture des remontées mécaniques

À l'initiative de RDDM, cette opération participe au développement de l'offre automnale en prolongeant l'exploitation de quelques-unes de nos remontées mécaniques majeures. RDDM et la société de remontées mécaniques PDS-CH co-financent cette extension de l'offre jusqu'à la fin des vacances d'octobre 2025 avec les objectifs suivants :

- › Stimuler les réservations de séjour durant la période des vacances d'automne
- › Proposer à la population régionale une offre d'activités pendant leurs congés/week-ends
- › Proposer une prestation supplémentaire aux propriétaires de résidences secondaires et clients
- › Dynamiser l'activité touristique de la destination durant l'intersaison et soutenir les commerçants
- › Accroître l'attractivité de la Région Dents du Midi à une période propice aux activités de montagne

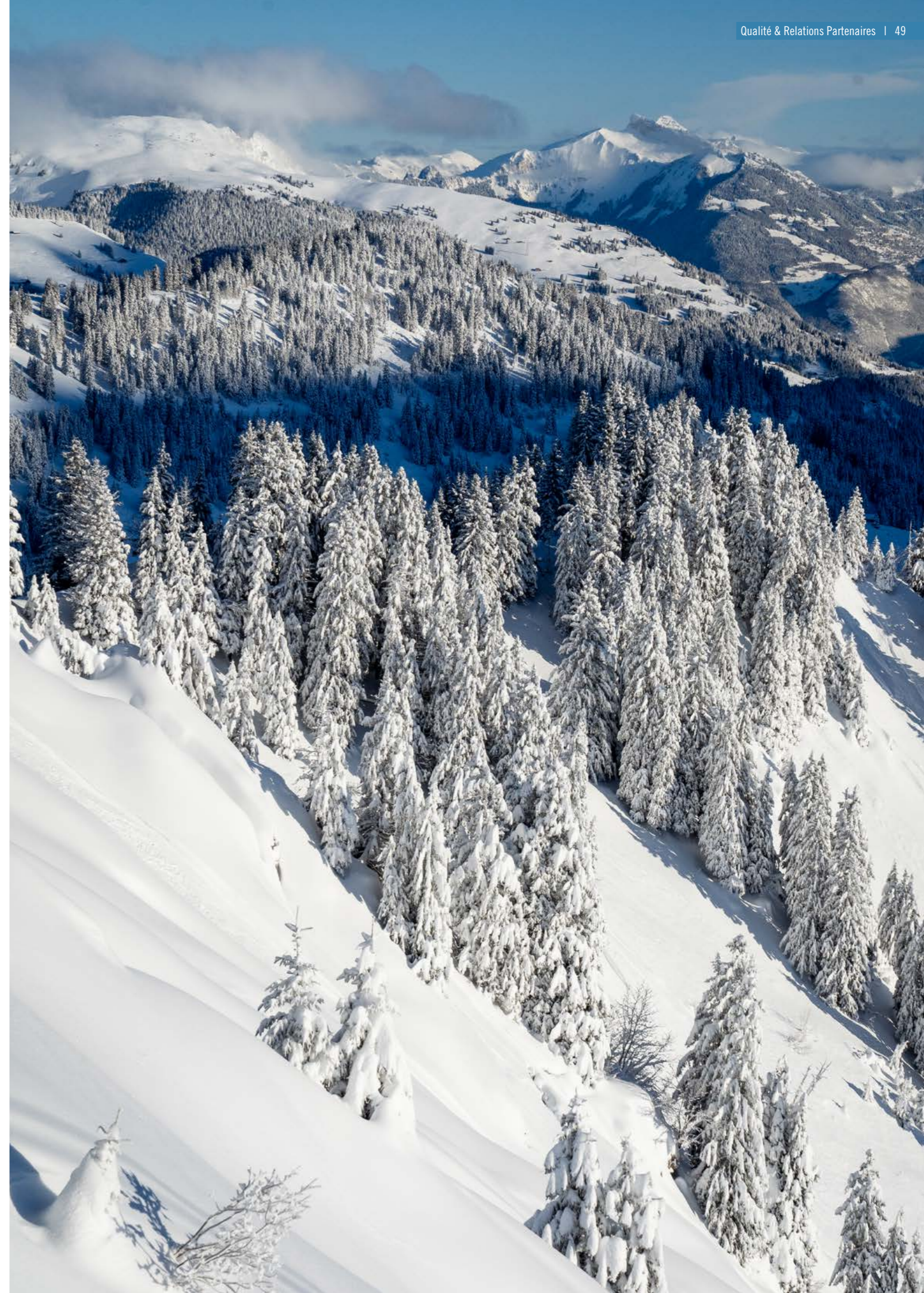
Nous remercions PDS-CH, qui assure le travail opérationnel et assume une part importante du risque entrepreneurial, pour sa coopération très appréciée dans cette extension de l'offre.

### Coopération avec les TPC

La mobilité sur le territoire est un aspect essentiel. Le partenariat entre RDDM et les TPC tend à se consolider d'année en année, en continuant de déployer des projets communs – principalement orientés quatre saisons. Nous développons notamment des campagnes de communication communes et des offres touristiques incluant par défaut l'accès et les déplacements au sein de la destination en transports publics.

### Coopération avec la SAVI

Depuis leur création respective, les deux entités (RDDM et la SAVI) coopèrent et s'accompagnent mutuellement sur différents projets et actions de promotion. Dans cet esprit collaboratif, RDDM participe à la promotion des produits locaux, contribue au développement de l'offre agritouristique de la vallée et réalise des missions spécifiques pour la SAVI/La Cavagne et ses producteurs. En collaboration avec la SAVI, nous avons créé une nouvelle page regroupant les producteurs de fromage dans la Vallée d'Illiez, en précisant ceux qui sont labellisés « Raclette du Valais AOP ». La carte interactive, ainsi que les fiches détaillées de chaque producteur, sont consultables en ligne sur notre site internet.



## Valorisation des fromages à raclette d'alpage

**Fière de ses traditions et de la qualité exceptionnelle de ses produits, la Vallée d'Illiez franchit une nouvelle étape dans la valorisation de son patrimoine fromager. Dans la continuité des initiatives lancées lors de la première édition des Championnats du Monde de la Raclette, un nouveau concept innovant voit le jour pour mieux faire connaître et reconnaître les fromages à raclette d'alpage du territoire.**

Cette démarche est le fruit d'une collaboration étroite entre l'Association des Championnats du Monde de la Raclette, la SAVI et RDDM. Ensemble, ces acteurs unissent leurs forces pour promouvoir la richesse du savoir-faire local et renforcer le lien entre les producteurs, les consommateurs et le terroir.

### Une pastille pour guider le consommateur et valoriser les producteurs

Après une période de maturation minimale de trois mois, chaque fromage à raclette d'alpage de la vallée est désormais évalué par un panel d'experts. Ceux-ci analysent la texture, et l'intensité aromatique du fromage selon des critères rigoureux.

Le résultat de cette dégustation se traduit visuellement par une pastille graduée de 1 à 5, apposée directement sur les meules, demi-meules, quarts de meules ou barquettes. Cette échelle indique l'intensité gustative du produit, permettant à chacun de choisir un fromage selon ses préférences - du plus doux au plus corsé. Il ne s'agit pas d'une note, mais d'une indication de saveurs selon des critères sensoriels précis.

Mais l'innovation ne s'arrête pas là. Chaque pastille comporte également un QR code : en le scannant, le consommateur accède à une fiche descriptive complète du producteur. On y découvre le lieu de fabrication, l'alpage d'origine, les particularités du fromage, et les méthodes de production qui en font un produit unique.

### Un lien renforcé entre le produit, le terroir et ceux qui le font vivre

Au-delà de la dimension pratique, ce système d'identification apporte une véritable valeur ajoutée à l'expérience client. Il permet à chacun de mieux comprendre d'où vient le fromage, de découvrir les visages et les histoires des producteurs de la vallée, et de mesurer la diversité et la richesse des saveurs que recèle notre terroir.

Pour les agriculteurs et fromagers locaux, ce dispositif représente une reconnaissance concrète de leur savoir-faire et un moyen supplémentaire de faire rayonner la qualité de leurs produits, tant auprès des habitants que des visiteurs.

### Une vitrine vivante du patrimoine alpin

Chaque fromage raconte une histoire, celle d'un alpage, d'une saison et du savoir-faire d'hommes et de femmes passionnés. Avec ce nouveau système, nous voulons rendre cette histoire accessible à tous.

En valorisant la typicité de chaque fromage, la Vallée d'Illiez affirme une fois de plus son authenticité et son excellence alpine. Cette initiative s'inscrit pleinement dans la volonté commune des partenaires de promouvoir un tourisme gourmand et durable, où la découverte du goût se mêle à celle des paysages et des traditions vivantes.

Avec cette nouvelle démarche, la raclette de la Vallée d'Illiez ne se déguste plus seulement : elle se comprend, se partage et se vit.



Bureau  
d'accueil de  
tournages



## Bureau d'accueil de tournages (BAT)

### Une année 2025 structurante, des perspectives 2026 prometteuses

L'année 2025 marque une étape importante dans le développement du BAT de la Région Dents du Midi. À la croisée de la promotion territoriale et du soutien à la production audiovisuelle, le BAT poursuit sa montée en puissance, tant en matière de prospection que de concrétisation de projets.

### Un réseau en constante expansion

Le travail de prospection mené tout au long de l'année a permis de toucher près de 200 professionnels du secteur, dont une soixantaine de nouveaux contacts. Sociétés de production, acteurs du cinéma et de la télévision, agences de communication et entreprises composent un réseau désormais solide et en constante évolution. Les collaborations étroites avec la Valais Film Commission ainsi que la participation active aux activités de l'association Valais Film ont renforcé l'ancrage du BAT dans l'écosystème audiovisuel régional et national. Cette dynamique s'est également traduite par une visibilité accrue lors d'événements tels que la Foire du Valais.

### Des réalisations concrètes et diversifiées

En 2025, le BAT a accompagné plusieurs productions, illustrant la diversité des formats et des besoins :

- › des tournages promotionnels pour VWP et Génédis
- › la production de clips musicaux et publicitaires, notamment à Monthey et en collaboration avec les TPC
- › la réalisation du clip des 100 ans du HC Portes du Soleil
- › ainsi que la création de contenus pour des événements culturels et la coordination du direct du Nouvel An à Champéry avec la RTS

Ces projets témoignent de la capacité du BAT à intervenir à différentes étapes des productions, de la recherche de décors à la coordination logistique et au suivi opérationnel.

### Des projets non aboutis mais révélateurs

Plusieurs démarches engagées en 2025 n'ont pas abouti, notamment en raison de choix de localisation ou d'arbitrages de production. Ces situations, fréquentes dans le secteur, confirment néanmoins l'attractivité croissante de la région, régulièrement mise en concurrence avec d'autres destinations.

### Un pipeline de projets en développement

À la fin de l'année, plusieurs projets étaient en cours de discussion ou en attente de validation, parmi lesquels un documentaire pour la RTS, des courts-métrages ou encore des collaborations potentielles avec des productions reconnues. Ces démarches traduisent un positionnement de plus en plus identifié du BAT auprès des acteurs de la branche.

### 2026 : une année à fort potentiel

Les perspectives pour 2026 s'annoncent particulièrement encourageantes, portées par plusieurs productions confirmées.

Le projet phare, la série internationale L'Autre Fille, co-produite par la RTS, France Télévisions et Radio-Canada, générera à lui seul des retombées significatives estimées à environ 3 000 nuitées et CHF 400 000.- pour l'économie locale.

D'autres tournages viendront compléter cette dynamique, notamment l'émission Dîner à la ferme (RTS), le long-métrage italien La Corda et le court-métrage suisse Faire Corps. Par ailleurs, un documentaire pour ARTE, prévu à l'automne 2026, viendra renforcer la visibilité de la région à l'échelle internationale.

### Un levier de développement territorial

Au-delà des chiffres, le BAT s'affirme comme un véritable levier de développement territorial. En facilitant l'accueil de productions et en valorisant les décors naturels et les infrastructures locales, il contribue à renforcer l'attractivité de la Région Dents du Midi, tout en générant des retombées économiques directes et indirectes. L'année 2025 confirme ainsi la pertinence de cette démarche et pose des bases solides pour un développement durable de l'activité dans les années à venir.



### Nouveaux partenariats

RDDM est fière de s'associer à trois nouveaux partenaires partageant ses valeurs d'authenticité, de qualité et de durabilité. Ces collaborations renforcent les liens entre la région, les entreprises locales et les visiteurs, tout en poursuivant un développement touristique cohérent, responsable, et valorisant pour notre territoire.

#### Les Encrés Imprimeurs : l'art du papier et de l'impression locale

Notre collaboration avec Les Encrés Imprimeurs, collectif valaisan regroupant plusieurs imprimeries emblématiques, met en lumière le savoir-faire local à travers son approche, ses engagements et ses valeurs. En soutenant la production régionale et la valorisation du papier, nous réaffirmons notre engagement pour une communication responsable, locale, et de qualité.

#### Texorio : l'objet et le textile promotionnel sur mesure

Spécialiste de l'objet et du textile promotionnel, Texorio accompagne ses clients dans la création de produits et vêtements personnalisés, durables et adaptés à leurs besoins. Que ce soit pour des entreprises, des clubs, des événements, des collectivités ou des particuliers, leur expertise permet de concevoir des articles esthétiques, responsables, et porteurs de sens.

#### EF - Séjours linguistiques

Depuis 60 ans, EF Séjours linguistiques fait voyager des milliers d'étudiants dans ses écoles à travers le monde. Ses programmes combinent apprentissage des langues, découverte culturelle et expériences académiques, offrant à chacun - quel que soit son âge ou sa nationalité - l'opportunité de transformer son rêve en expérience concrète.

Les enseignants EF jouent un rôle clé : ils accompagnent leurs élèves vers de nouvelles perspectives et une meilleure compréhension du monde. Considérés comme de véritables ambassadeurs, ils partagent leurs expériences et contribuent ainsi à valoriser les destinations partenaires. Chaque séjour linguistique réussi permet à ces enseignants de cumuler des points, qu'ils peuvent ensuite convertir en voyages, activités ou excursions, en reconnaissance de leur rôle d'ambassadeur.

RDDM se retrouve pleinement dans les valeurs d'EF, sensibles à la formation et à la valorisation des expériences locales. Bien que la Vallée d'Illeiz ne figure pas parmi les destinations accessibles aux étudiants EF, elle bénéficie de l'attention et de l'expérience des ambassadeurs, qui contribuent à faire connaître et valoriser notre région auprès d'un public international, ce partenariat offrant également à la communauté d'EF la possibilité d'échanger leurs « points cadeaux » contre des activités ou des séjours dans la Région Dents du Midi.

### Red Bull donne des ailes à la Région Dents du Midi !

Red Bull rejoint officiellement les partenaires de la Région Dents du Midi pour les trois prochaines années. Ce nouvel élan place deux infrastructures au cœur de l'attention : la mythique piste de la Coupe du Monde du Bikepark Champéry – Les Crosets – Morgins et le Snowpark des Crosets, renforçant l'image de la région comme destination incontournable pour les amateurs de sensations fortes.

En étroite collaboration avec PDS-CH, l'objectif est clair : faire évoluer les infrastructures et répondre aux attentes d'une communauté de riders toujours plus exigeante. Une attention particulière est portée au Snowpark des Crosets, dont la redynamisation a déjà été amorcée avec la volonté de séduire les riders de tous niveaux.

Au-delà des infrastructures, Red Bull apporte son soutien aux athlètes et événements locaux. Produits, matériel et visibilité accompagnent ainsi plusieurs rendez-vous majeurs, à commencer par les Championnats du Monde de VTT qui se sont tenus à Champéry du 4 au 7 septembre 2025.

Dans cet esprit, une série d'événements estampillés Red Bull a vu le jour dans la région. Parmi eux, le Red Bull Downtime Challenge offrant aux riders l'opportunité de s'élancer contre la montre sur la légendaire piste « Coupe du Monde » : depuis juin 2025 et durant toute la saison estivale, chacun peut tenter de réaliser le meilleur temps, avec à la clé des lots à gagner et un grand prix pour le meilleur temps de la saison. Un défi ouvert à toutes et tous.

### La Région Dents du Midi et le HC Bienne : un partenariat gagnant

#### pour la destination

La Région Dents du Midi a franchi une nouvelle étape dans son développement en devenant sponsor d'argent du HC Bienne. Ce partenariat de trois ans, à compter de la saison 2025/2026, ouvre des opportunités exceptionnelles pour l'ensemble des villages-stations de la Vallée d'Illeiz.

Grâce à cet accord, les juniors du club de Bienne effectuent leurs camps d'entraînement à Champéry, tandis que l'équipe première bénéficie d'un cadre idéal pour ses stages de préparation au sein des infrastructures sportives du Palladium. Au-delà des installations sportives, la communauté du HC Bienne (abonnés, sponsors, familles des joueurs) profite d'offres privilégiées pour découvrir la Région Dents du Midi et son large panel d'activités, l'occasion de toucher une clientèle touristique nationale supplémentaire. Que ce soit pour les amateurs de sports d'hiver ou d'été, la visibilité de la destination tout entière en sort grandie.

Ce rapprochement avec un club de hockey évoluant en National League confirme le dynamisme de la Région Dents du Midi et son engagement dans des alliances porteuses d'avenir. En s'associant au HC Bienne, elle affirme sa place parmi les destinations de montagne incontournables, tout en tissant des liens forts avec le sport de haut niveau. Ce partenariat ouvre également de nouvelles occasions favorables pour les acteurs touristiques de la vallée. Les retombées économiques et la notoriété accrue profitent à toutes les infrastructures locales, des hébergements aux commerces en passant par les activités de loisirs.



### Retour sur la Foire du Valais : la Région Dents du Midi à l'honneur

Dix jours d'intensité, de rencontres et de visibilité pour la Région Dents du Midi, invitée en tant que Région et Table d'Honneur lors de la 65<sup>ème</sup> Foire du Valais, du 26 septembre au 5 octobre 2025. Une occasion exceptionnelle pour la Vallée d'Illeaz de mettre en lumière ses traditions, son terroir et son savoir-faire.

Parmi les temps forts, la Journée des Communes a lancé les festivités à Troistorrens en réunissant officiels, sociétés locales et habitants. Dans une ambiance chaleureuse, la mythique bouteille de 150 litres de Fendant valaisan, créée spécialement pour l'événement, a été partagée entre les quelque 600 participants. La fête s'est poursuivie à Martigny avec le cortège traditionnel, du centre-ville jusqu'au site de la Foire. Aux côtés des groupes folkloriques, les quatre fanfares de la Vallée d'Illeaz ont défilé ensemble pour la première fois de leur histoire, offrant un moment musical inédit très apprécié du public venu en nombre.

Tout au long des dix jours, les visiteurs ont découvert la Région Dents du Midi à travers les interviews et quiz animés par Radio Chablais. La Table d'Honneur et le stand des Championnats du Monde de la Raclette ont proposé de savoureuses spécialités régionales, créant de nombreux instants de convivialité et de partage.

Le Rendez-Vous du Tourisme a lui aussi marqué les esprits grâce à la présentation d'Henri-Pierre Galletti, président de RDDM. Une démonstration d'IA à la fois surprenante, dynamique et humoristique, qui a permis de « vendre » les atouts de la région de manière innovante.

Cette édition a montré la Région Dents du Midi sous son meilleur jour : non seulement comme une destination touristique attractive, mais aussi comme un territoire ancré dans des traditions vivantes, fier, de son patrimoine et de ses habitants.



## 5 007

Raclettes servies sur le stand

## 1 983

Plats chauds servis par le restaurant durant l'événement, sans compter les planchettes apéro et l'épicerie

## 10

Jours d'interview avec notre partenaire Radio Chablais

## 254 401

Visiteurs ayant parcouru la Foire du Valais à l'occasion de cette 65<sup>ème</sup> édition

# Événements & Animations

## Missions & objectifs

Le secteur « Événements & Animations » poursuit un double objectif : proposer des animations pour divertir les hôtes présents dans la destination, et engendrer des nuitées durant les périodes plus creuses par l'intermédiaire d'événements ou de « top events » (marketing événementiel). RDDM organise et coordonne le programme d'animations et le met en œuvre grâce à différentes coopérations avec des partenaires privés ou publics, dans le but de créer des expériences et de générer des retombées qui profitent à l'économie locale. Elle soutient également les sociétés locales et les comités externes qui répondent à sa politique de soutien aux manifestations, dans l'organisation de leurs animations et événements.

## Les tâches principales du secteur

### Organisation / Coordination événementielle

- › Organiser et coordonner des événements et des animations
- › Gérer le calendrier général des événements et des animations
- › Collaborer avec les SD dans l'organisation d'animations locales

### Sponsoring & soutien

- › Soutenir les comités externes qui organisent des événements et animations dans la région (soutien financier, logistique, ressources humaines, communication et billetterie)
- › Trouver des partenaires qui amènent une plus-value à la Région Dents du Midi (économies d'échelle, etc.)

### Statistiques & reporting

- › Effectuer un compte-rendu pour chacun des événements (qualité, affluence, bilan financier, organisation générale)
- › Analyser la pertinence des événements et des animations (indices de fréquentation, retombées économiques et médiatiques, valorisation de l'offre touristique, cohérence avec la stratégie générale de RDDM, etc.)

### Promotion / Communication

- › Coordonner la communication relative aux événements et animations (affiches, banderoles, brochures, programmes d'animations estival, automnal, hivernal et printanier, réseaux sociaux, site internet, spots radio, etc.)

## Événements & Manifestations

La majorité des manifestations est organisée par des structures externes à RDDM (comités de bénévoles, SD, associations, commerçants, sociétés locales, etc.). Pour la quasi-totalité d'entre elles, RDDM applique sa politique de soutien aux événements en épaulant les organisateurs dans la construction de leur manifestation : logistique, prêt de matériel, ressources humaines (montage et démontage par exemple), intégration du comité d'organisation, gestion de la billetterie, graphisme, promotion, etc.

En 2025, RDDM a soutenu les différents organisateurs à hauteur de **CHF 909 287.-**, soit **CHF 233 730.-** en soutien (financiers et frais directs) et **CHF 675 557.-** en prestations valorisées. Ces chiffres sont précis car, pour chaque manifestation soutenue, RDDM établit un contrat avec le comité d'organisation. Ce travail est complexe, mais néanmoins important car il permet d'une part de mesurer le travail réalisé, et d'autre part de définir le niveau d'aide apporté aux organisateurs en fonction des critères décrits dans la politique de soutien de l'entreprise (le niveau de participation de RDDM dépend principalement de la valeur touristique de l'événement).



- › Les événements et les « top events » se déroulent généralement durant les périodes de plus faible affluence, dans le but d'attirer des clients en saisons dites plus creuses.
- › Les animations sont organisées principalement pendant les périodes de haute saison pour divertir les hôtes en séjour. Elles sont souvent récurrentes, c'est-à-dire proposées à plusieurs reprises.
- › Le niveau de soutien de RDDM est défini en fonction de la valeur touristique d'un événement ou d'une animation. Les principaux critères permettant de définir la valeur du soutien sont :
  - › Le nombre de visiteurs attendus et leur provenance
  - › La couverture médiatique et les retombées économiques engendrées (nuitées, implication de prestataires locaux, etc.)
  - › Le niveau de durabilité (piliers économique, social et environnemental)
- › Le rôle de RDDM est de soutenir les initiatives en lien avec sa cible prioritaire, à savoir l'hôte qui séjourne sur place et le résident secondaire (ainsi que les membres de sa famille et ses amis).



# 162

Nombre d'événements et de manifestations organisés, coorganisés et/ou soutenus par RDDM en 2025

# 85

Nombre de prestataires<sup>1</sup> de la région ayant collaboré avec RDDM dans l'organisation d'événements et/ou d'animations

# CHF 233 730.-

Montant des soutiens attribués aux organisateurs externes à RDDM

(soutiens financiers et frais directs tels que les coûts liés à la réalisation d'un spot radio ou des frais d'impressions)

# CHF 675 557.-

Valeur des prestations valorisées<sup>2</sup> fournies par RDDM en soutien aux organisateurs externes à RDDM

# CHF 355 192.-

Part du budget événementiel réinjectée directement dans l'économie locale

# CHF 178 000.-

Montant des soutiens financiers attribués aux organisateurs externes à RDDM

<sup>1</sup> Prestataires d'activités, guides/accompagnateurs, hébergeurs, restaurateurs, associations, comités d'organisation, etc.

<sup>2</sup> Ressources humaines, graphisme, promotion, communication, commercialisation, prêt de matériel, etc.

## Hiver | 56 manifestations & événements

|             |  |                                   |
|-------------|--|-----------------------------------|
| 01-24.12    | Fenêtres de l'Avent  | Champéry<br>Troistorrents-Morgins |
| 14.12       | Opening Party Le R.E.D   Disco   | Champéry                          |
| 21.12       | Season Opening Party Le R.E.D  | Champéry                          |
| 21-27.12    | Fun Park   | Val-d'Illeiez                     |
| 22.12       | Marché de Noël<br>Concert de Noël de L'Écho de la Montagne   | Champoussin<br>Champéry           |
| 23.12       | Rencontres Musicales – Christmas Carols avec l'Ensemble Levedy   | Champéry                          |
| 24.12       | À la rencontre du Père Noël  | Région Dents du Midi              |
| 25.12       | Le Père Noël est sur les pistes  | Région Dents du Midi              |
| 26-28.12    | Scènes Féériques - Le rêve de Neige  | Région Dents du Midi              |
| 27.12       | Art Champéry - Vente aux enchères<br>Rencontres Musicales   Ensemble vocal de la Schola de Sion<br>Montée Chronométrée de la Foilleuse – CS Vertical | Champéry<br>Champéry<br>Morgins   |
| 28.12       | Spectacle sur glace  | Champéry                          |
| 29.12-05.01 | Fun Park   | Morgins                           |
| 30.12       | Balade féérique<br>Soirée Multi-artistes – Sur un plateau  | Champoussin<br>Val-d'Illeiez      |
| 31.12       | Soirée du Nouvel An  | Région Dents du Midi              |
| 31.12       | Disco glace du Nouvel An   | Champéry                          |
| 01-05.01    | Le sentier illuminé d'OLAF   | Morgins                           |
| 02-04.01    | Scènes Féériques - Le cirque lumineux  | Région Dents du Midi              |
| 02.01       | Spectacle enfants - Kachtelane Show  | Champéry                          |
| 03.01       | Rencontres Littéraires   | Champéry                          |
| 17-19.01    | Théâtre - Toqué avant d'entrer   | Val-d'Illeiez                     |
| 18.01       | Harry's Ride for Research  | Morgins                           |
| 20-24.01    | Welsh Alpine Championships   | Champéry - Les Crosets            |
| 24-26.01    | Théâtre - Toqué avant d'entrer   | Val-d'Illeiez                     |

|             |   |                            |
|-------------|---|----------------------------|
| 25.01       | Bli Bla Blo Nordix Trophy<br>En pistes avec le Nouvelliste        | Champéry<br>Morgins        |
| 31.01-01.02 | Théâtre - Toqué avant d'entrer                                    | Val-d'Illeiez              |
| 02.02       | Tour Freestyle Romand   | Les Crosets                |
| 06.02       | Et si on parlait de...  | Val-d'Illeiez              |
| 08.02       | <b>Grand Prix Migros</b>  | <b>Les Crosets</b>         |
| 09.02       | <b>Migros Ski Day</b>   | <b>Les Crosets</b>         |
| 15.02       | En pistes avec le Nouvelliste                                     | Les Crosets                |
| 16.02       | Vol captif en montgolfière  | Les Crosets                |
| 20.02       | Challenge M3S   | Morgins                    |
| 21.02       | Balade féérique   | Champoussin                |
| 22.02       | Compétition - Duo du mur<br>Spectacle enfants - La boîte à goûter | Champéry<br>Champéry       |
| 22.02       | Initiation au ski de vitesse avec Jonathan Moret                  | Champoussin                |
| 23.02       | Vol captif en montgolfière  | Les Crosets                |
| 24.02       | Spectacle enfants - « ça cartonne... ! »                          | Morgins                    |
| 28.02-04.03 | Carnaboum   | Val-d'Illeiez              |
| 01.03       | Carnaval<br>Trophée du Dahu                                       | Champoussin<br>Les Crosets |
| 01.03       | Carnaval des enfants - Disco                                      | Champéry                   |
| 04.03       | Carnaval des enfants - Carnaboum                                  | Val-d'Illeiez              |
| 01-09.03    | Fun Park  | Champéry                   |
| 02-08.03    | <b>Championnats du Monde de ski alpinisme ISMF</b>                | <b>Morgins</b>             |
| 04.03       | Carnaval des enfants - Les Jeux Olympiques                        | Morgins                    |
| 07-09.03    | Planach'Festival  | Champéry                   |
| 08.03       | Course de luge  | Champoussin                |
| 11.03       | Course de garçons de café à ski                                   | Morgins                    |
| 15-22.03    | <b>Rock The Pistes Festival</b>                                   | <b>Portes du Soleil</b>    |

## Été | 58 manifestations & événements

|             |   |                                      |
|-------------|---|--------------------------------------|
| 21.06       | Inauguration du jeu « Buzzbee vs Mordax »   | Morgins                              |
| 21-22.06    | Châtel Chablais Léman Race  | Portes du Soleil                     |
| 26.06       | Crochetan Mobile   L'affaire du Mont Blanc  | Champéry                             |
| 27-29.06    | <b>Pass'Portes du Soleil</b>  | <b>Portes du Soleil</b>              |
| 04.07       | Jazz & Wine   | Champéry                             |
| 09.07       | Spectacle enfants - Por el momento  | Morgins                              |
| 05-17.07    | Fun Park  | Champéry                             |
| 11.07       | Culture on Tour « Iris et moi »   | Champéry                             |
| 12.07       | Balade gourmande Chorgue  | Troistorrents                        |
| 12.07       | Marché Morginois  | Morgins                              |
| 16.07       | Crochetan Mobile - L'affaire du Mont Blanc<br>Spectacle enfants - Kachtelane show | Morgins<br>Val-d'Illeiez             |
| 18.07       | Jazz & Wine   | Champéry                             |
| 19.07       | Jeux m'éclate<br>Concours de bûcheronnage   | Champéry<br>Morgins                  |
| 22-27.07    | Fun Park  | Champoussin                          |
| 23.07       | 10 <sup>ème</sup> marche autour des Oratoires                                     | Champéry                             |
| 23.07       | Spectacle enfants - Juez Casarozzi<br>Crochetan Mobile - L'affaire du Mont Blanc  | Champéry<br>Champoussin              |
| 25.07       | Jazz & Wine   | Champéry                             |
| 25-26.07    | Fête du Village   | Val-d'Illeiez                        |
| 26.07       | Vide-grenier<br>Marché Morginois<br>Sentier de la bière                           | Champéry<br>Morgins<br>Val-d'Illeiez |
| 29.07-10.08 | Fun Park  | Morgins                              |
| 30.07       | Crochetan Mobile - L'affaire du Mont Blanc  | Champéry                             |
| 31.07       | Veillée de la Fête Nationale  | Morgins                              |
| 31.07-14.08 | <b>Rencontres Musicales 26<sup>e</sup> édition</b>                                | <b>Champéry</b>                      |
| 01.08       | Fête Nationale<br>Diane   | Champéry<br>Région Dents du Midi     |
| 02.08       | Marché Morginois  | Morgins                              |

|          |  |   |
|----------|--|---|
| 06.08    | Spectacle enfants - La Légende de Verbruntschnek   | Champoussin                                 |
| 07.08    | Crochetan Mobile - L'affaire du Mont Blanc   | Champéry                                    |
| 08.08    | Jazz & Wine  | Champéry                                    |
| 09-10.08 | Vintage Motors Expo  | Les Crosets                                 |
| 09.08    | Fête du Vin<br>Jeux m'éclate<br>Journée des Amis du Cuivre du Chablais<br>Marché Morginois | Champéry<br>Champéry<br>Champéry<br>Morgins |
| 10.08    | Salon de la Santé par les Plantes  | Morgins                                     |
| 15.08    | 100 <sup>ème</sup> du HC Champéry   HC Bienne vs HC Genève-Servette<br>Jazz & Wine         | Champéry<br>Champéry                        |
| 16.08    | Goûts du Terroir au fil de l'eau   | Morgins                                     |
| 17.08    | Fête des Vieux Costumes  | Champéry                                    |
| 21.08    | Crochetan Mobile - L'affaire du Mont Blanc   | Morgins                                     |
| 22.08    | Jazz & Wine  | Champéry                                    |
| 23.08    | Chasse au trésor<br>Foire de Bétail  | Champéry<br>Champéry                        |
| 20-22.08 | 100 <sup>ème</sup> du HC Champéry - Coupe des Dents du Midi                                | Champéry                                    |
| 29.08    | Jazz & Wine<br>Cinéma en plein air   | Champéry<br>Troistorrents                   |
| 30.08    | Grimpée d'Cuilet   | Champéry                                    |
| 30-31.08 | Festival de la Raclette au Vieux They  | Morgins                                     |
| 04.09    | Et si on parlait de   Reprenez le contrôle de votre smartphone                             | Val-d'Illeiez                               |
| 04-07.09 | <b>Championnats du Monde Mountain Bike UCI 2025 Downhill</b>                               | <b>Champéry</b>                             |
| 06.09    | Swiss Peaks Trail  | Région Dents du Midi                        |
| 13.09    | 20 ans du Palladium - Concert Live 100% Goldman  | Champéry                                    |
| 20.09    | <b>Trail des Dents du Midi</b>   | <b>Champéry</b>                             |

## Printemps | 27 manifestations & événements

|          |   |                                       |
|----------|---|---------------------------------------|
| 28-29.03 | Cookie Café Fest  | Les Crosets                           |
| 29.03    | Banked Slalom   | Les Crosets                           |
| 30.03    | Ze Blue Day   | Les Crosets/Champéry                  |
| 29-30.03 | Je skie pour Haïti 2025   | Les Crosets                           |
| 03.04    | Et si on parlait de... - Culture et milieux alpins  | Troistorrents                         |
| 05.04    | Waterslide  | Les Crosets                           |
| 05-06.04 | Week-end closing La Foilleuse   | Morgins                               |
| 07-12.04 | Maxi-Rires Festival   | Champéry                              |
| 12.04    | Festival aventure pour tous   | Troistorrents                         |
| 19-21.04 | Chasse aux œufs de Pâques   | Région Dents du Midi                  |
| 26.04    | Fête du bétail<br>Le tournoi du 100 <sup>ème</sup> anniversaire du HC<br>Concert musical illustré - Aliose regarde ailleurs | Champéry<br>Champéry<br>Troistorrents |
| 01.05    | Et si on parlait de... - Sur le fil   | Morgins                               |

|             |  |                          |
|-------------|--|--------------------------|
| 24.05       | Inalpe au Vieux They<br>10 ans du Four à Pain de Propéraz      | Morgins<br>Troistorrents |
| 31.05       | 100 <sup>ème</sup> anniversaire du HC Champéry - Repas de Gala | Champéry                 |
| 31.05-01-06 | Fête des Moulins   | Troistorrents            |
| 01.06       | Grande Stubete au Vieux They                                   | Morgins                  |
| 05.06       | Et si on parlait de...   | Champéry                 |
| 05-07.06    | Rallye du Chablais   | Région Dents du Midi     |
| 06-08.06    | 75 <sup>ème</sup> anniversaire du FC Troistorrents             | Troistorrents            |
| 08.06       | Red Bull Downtime opening Bike Park                            | Champéry                 |
| 07-08.06    | 50 <sup>ème</sup> Giron des Musiques de la Vallée d'Illeiez    | Val-d'Illeiez            |
| 08.06       | Dual Slalom VTT M3S  | Morgins                  |
| 14.06       | Marché aux fleurs  | Morgins                  |
| 19.06       | Fête Dieu  | Val-d'Illeiez            |

## Automne | 21 manifestations & événements

|          |   |                |
|----------|---|----------------|
| 27.09    | Balade gourmande en E-Bike  | Champoussin    |
| 27.09    | Journée des Communes   Apéro Géant - Foire du Valais  | Troistorrents  |
| 02.10    | Et si on parlait de - Faire le tour du monde  | Troistorrents  |
| 08.10    | Valiant GP (course VTT Downhill)  | Morgins        |
| 11.10    | Inauguration de la nouvelle Maison de Commune   | Val-d'Illeiez  |
| 18.10    | Soirée champêtre Val-d'Illeiez 1830   | Val-d'Illeiez  |
| 24-26.10 | <b>Championnats du Monde de la Raclette</b>   | <b>Morgins</b> |
| 04.11    | Et si on parlait de   Trouver l'équilibre : concilier la vie professionnelle et personnelle | Troistorrents  |
| 08.11    | Vernissage du lexique   | Val-d'Illeiez  |
| 08-09.11 | Tournoi Intercantonal U13 (hockey)  | Champéry       |

|                        |   |                      |
|------------------------|---|----------------------|
| 09.11                  | Théâtre enfants par le Théâtre Articule<br>Les petites variations 1 & 2 | Troistorrents        |
| 13-15.11               | Champéry Film Festival  | Champéry             |
| 14-16, 21-23, 28-30.11 | Théâtre Dilemme sur Planches - Silence on tourne !                      | Troistorrents        |
| 15.11                  | Cross de Fayot  | Troistorrents        |
| 22-23.11               | Marché de Noël  | Troistorrents        |
| 23.11                  | Grand loto  | Val-d'Illeiez        |
| 28.11                  | Le plus haut cabaret du monde   | Champéry             |
| 01-24.12               | Fenêtres de l'Avent   | Région Dents du Midi |
| 04.12                  | Et si on parlait de... - Festival (épisode pilote)                      | Troistorrents        |
| 07.12                  | Journée de la Saint-Nicolas   | Val-d'Illeiez        |
| 20.12                  | Opening season party Le R.E.D   | Champéry             |

○ Événements organisés par RDDM

● Événements coorganisés et/ou soutenus par RDDM

● Top events organisés par des comités ad hoc dans lesquels RDDM est particulièrement active au niveau de l'organisation (présence de collaborateur(s) dans le comité d'organisation)

Affluence sur les événements organisés par RDDM (données mesurables grâce à la billetterie)

**200**

Spectacles pour les enfants  
en hiver (2 dates)

**48**

Vol captif en montgolfière (1 date)

**830**

Migros Ski Day  
(189 familles)

**720**

Grand Prix Migros

**52**

Clean-up tour

**350**

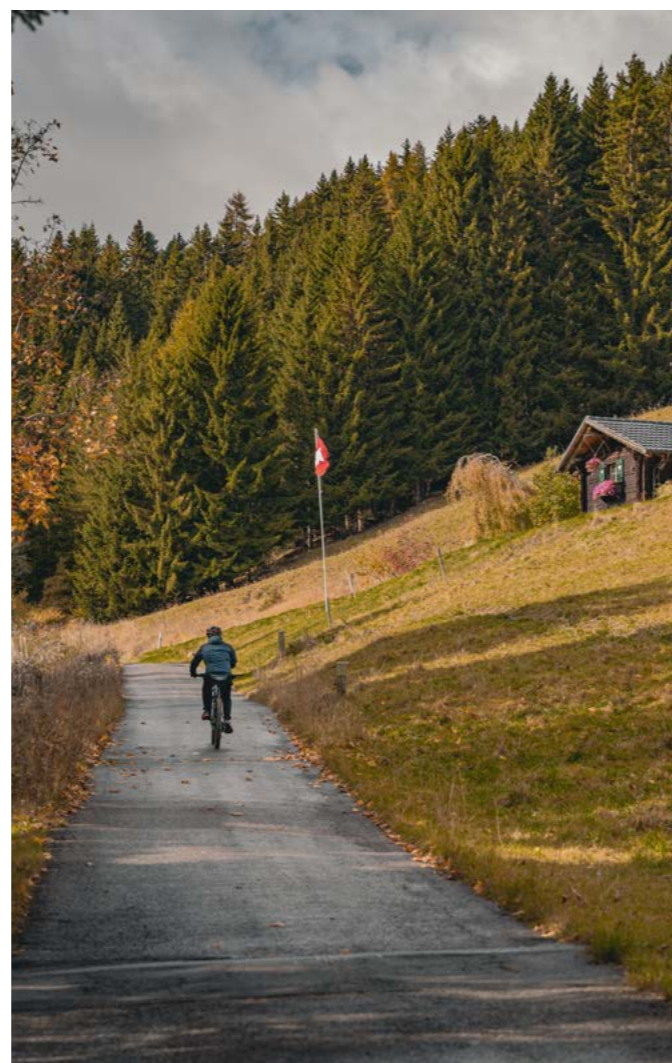
Chasse aux œufs d'or  
(129 familles)

**109**

Goûts du Terroir au Fil de l'Eau

**76**

Balade Gourmande en E-Bike



Affluence sur les événements organisés par RDDM en accès libre (estimation)

**892**

Fun Park de Champéry

**936**

Fun Park de Morgins

**307**

Fun Park de Val-d'Illeiez

**200**

Fun Park en été  
Val-d'Illeiez\*

**750**

Scènes féériques  
Janvier (3 dates)

**650**

Scènes féériques  
Décembre (2 dates)

**200**

Carnaval des enfants  
Champéry

**150**

Carnaval des enfants  
Morgins

**265**

Spectacles pour enfants  
en été (4 dates)

**250**

À la rencontre du Père Noël

**1 500**

Soirées du Nouvel An

**320**

Crochetan Mobile (6 dates)

**50**

Red Bull Down Time

**75**

Initiation au ski de vitesse  
avec Jonathan Moret

**5 000**

Sentier Illuminé d'Olaf  
(dont 4 200 participants  
au jeu-concours)

\*Fun Park en été à Champéry et Morgins, pas de statistiques disponibles (l'infrastructure étant installée en libre accès dans l'enceinte du Centre sportif de Morgins et du Palladium de Champéry)

Affluence sur les grands événements organisés par RDDM et l'Association Internationale des Portes du Soleil (estimation)



**ROCK**  
THE  
**PISTES**  
FESTIVAL

**7 555**

Nombre de participants sur l'ensemble du domaine des Portes du Soleil (7 305 partants)

**2 752**

Nombre de personnes sur le ravitaillement de Champéry

**4 214**

Nombre de personnes sur le ravitaillement de Champoussin

**7 000**

Festivaliers pour les concerts sur les pistes à Morgins (2 dates)

**3 500**

Festivaliers pour les concerts après-ski à Morgins (3 dates)

**450**

Festivaliers pour les concerts après-ski à Champéry (3 dates)



**PASS'**  
**PORTES**  
du Soleil  
MTB

## Animations

En complément aux événements et manifestations, RDDM propose une multitude de petites animations. Celles-ci sont organisées dans les stations, principalement pendant les périodes de haute saison, pour divertir les clients qui séjournent dans la région (l'objectif est de les fidéliser en rendant notre territoire attractif et dynamique). Pour toutes ces animations, une inscription en ligne est nécessaire, nous permettant ainsi d'obtenir un reporting précis (nombre de participants, provenance, âge, sexe, etc.).

Programme des animations organisées de manière autonome par RDDM (avec billetterie) :

|   | Décembre<br>- Janvier | Février<br>- Avril | Juin -<br>Septembre | Octobre | TOTAL |
|---|-----------------------|--------------------|---------------------|---------|-------|
| Nombre d'animations différentes             | 9                     | 19                 | 29                  | 5       | 62    |
| Nombre d'animations récurrentes             | 12                    | 33                 | 81                  | 9       | 135   |
| Nombre d'animations récurrentes maintenues* | 12                    | 24                 | 51                  | 6       | 93    |
| Nombre d'inscrits                           | 143                   | 239                | 402                 | 42      | 826   |
| Moyenne de participants par animation       | 11.9                  | 9.9                | 7.9                 | 7       | 8.9   |

\*En cas de mauvaises conditions météo ou si le nombre de participant minimal requis n'est pas atteint, l'animation est annulée.

# 135

Nombre d'animations récurrentes (93 maintenues\*)

# 826

Nombre de participants total

# 8.9

Moyenne de participants par animation

À la fin de chaque exercice, le département événementiel et animations de RDDM établit un rapport détaillant la fréquentation de chaque activité. En fonction des résultats, nous adaptons le programme pour optimiser le taux de remplissage, tout en veillant à maintenir une diversification suffisante pour toucher un public large. Cette stratégie nous permet de réduire nos coûts, de réaliser des économies d'échelle et d'améliorer la collaboration avec nos prestataires locaux. En leur garantissant la pérennité des animations, nous cherchons le meilleur compromis pour satisfaire toutes les parties prenantes :

- › **Pour nos hôtes** : proposer un programme riche et varié
- › **Pour nos partenaires locaux** : garantir un taux de remplissage optimal



### Les animations touristiques permanentes de RDDM

En plus des animations et des événements éphémères organisés durant l'année, RDDM propose plusieurs produits touristiques qui ont pour avantage d'être accessibles en toute saison.

#### Parcours de course d'orientation

Les 6 parcours de course d'orientation de la Région Dents du Midi sont faits pour les sportifs de tous niveaux. Grâce à une application, les participants scannent les différents QR codes comme preuve de réalisation d'un poste et obtiennent leur temps à la fin du parcours. C'est un entraînement idéal pour améliorer le sens de l'orientation, tout en permettant de vivre une expérience ludique en famille ou entre amis.

- › **Statistiques 2025** : 130 passages (58 en 2024)

#### Explor Games



À pied ou en E-bike, ce jeu d'aventure au scénario immersif plonge les participants dans une histoire passionnante à travers la Région Dents du Midi. Guidé par une application mobile, cet ingénieux mélange de parcours d'orientation et d'Escape Game en plein air propose un voyage dans un univers truffé d'intrigues. Une expérience à vivre en famille, en équipe ou entre amis, en découvrant les différents niveaux d'énigmes et de parcours.

- › **Statistiques 2025** : 570 joueurs / 183 sessions (243 et 71 en 2024)

#### Rivella Speed Check

Cette cellule de chronométrage permanente invite les skieurs à dévaler la piste des Bochasses à toute vitesse. À la ligne d'arrivée, les participants peuvent découvrir leur temps et reçoivent en plus une photo souvenir par courriel. Un tirage au sort en fin de saison permet de gagner de nombreux lots.

- › **Statistiques 2025** : 2 663 passages (soit en moyenne 52 passages par jour) sur 51 jours de fonctionnement

|         |  |  | Moyenne / jour |
|---------|---|---|----------------|
| Janvier | 264   | 13  | 20             |
| Février | 1 053   | 24  | 43             |
| Mars    | 1 333   | 9   | 148            |
| Avril   | 13  | 5   | 2.5            |

 passages  jours de fonctionnement

## Les moments phares de 2025

L'année 2025 a été marquée par la tenue de grands événements (top events) qui ont impacté positivement la destination d'un point de vue touristique (en termes de retombées médiatiques et économiques, ou de nuitées).



### Championnats du Monde de ski-alpinisme (02-08.03.2025)

« La crème de la crème du ski-alpinisme dans la Région Dents du Midi »

Morgins a accueilli les Championnats du Monde de ski-alpinisme du 2 au 8 mars 2025, un événement porté par un comité de bénévoles, en partenariat avec la Fédération internationale de ski-alpinisme (ISMF). L'événement a réuni 365 athlètes issus de plus de 30 nations, engagés dans cinq disciplines :

- › relais mixte
- › sprint
- › course verticale
- › course individuelle
- › course par équipes

Plus de 250 bénévoles ont été mobilisés pour assurer le bon déroulement de la manifestation, tant sur le terrain qu'en coulisses. Durant la semaine de compétitions, 2 420 repas et près de 980 sandwiches ont été préparés pour sustenter les participants et les équipes d'organisation.

Avec 84 médailles décernées et une forte représentation suisse – 18 médailles dont 8 en or – les performances ont été à la hauteur de l'enjeu. Le podium de la course individuelle U20 a même réuni des athlètes de trois continents différents, illustrant l'essor global du ski-alpinisme.

L'événement a bénéficié d'une forte couverture médiatique avec 71 journalistes accrédités, et certaines courses ont été diffusées sur la RTS, Eurosport, CBC Canada, RTVE ainsi que sur la chaîne YouTube officielle de l'ISMF. Une visibilité précieuse alors que la discipline fait son entrée aux Jeux Olympiques d'hiver de Milan-Cortina 2026, avec les épreuves du sprint masculin, du sprint féminin et du relais mixte.

À travers l'accueil de ces championnats, la Région Dents du Midi et sa station de Morgins, déjà reconnue pour son Rando-Parc dédié au ski de randonnée, ont démontré leur expertise dans l'organisation de grandes compétitions et affirmé leur rôle dans le développement du ski-alpinisme, une discipline tournée vers l'avenir.



# 367

Athlètes en compétition

# ~40

Nations représentés

Près de **3 mio**  
de vues sur les réseaux sociaux

# 4 300

Repas servis aux athlètes, bénévoles,  
médias et membres de l'organisation

# 2 400

Nuitées

# 7 500

Spectateurs

# +560 000

De vues pour les courses diffusées via 11 médias  
TV dont la RTS, Eurosport, CBC Canada, RTVE  
et sur la chaîne YouTube officielle de l'ISMF

# 150

Publications dans les médias dont Marca, RTS,  
l'Equipe, 20 Minutes, Le Nouvelliste et d'autres  
canaux via le comité des Jeux Olympiques, Suisse  
Tourisme, Ski Austria

### Championnats du Monde de VTT de descente (04-07.09.2025)

#### « La Vallée d'Illicz, royaume de la descente »

Le Valais a vécu une année 2025 exceptionnelle avec l'organisation des Championnats du Monde de VTT, répartie entre 7 destinations. La Région Dents du Midi a eu la chance d'accueillir le VTT de descente sur sa mythique piste de « Coupe du Monde » au Grand-Paradis à Champéry, qui est incontestablement la plus renommée pour sa technicité, sa raideur et son exigence.

Lors des Championnats du Monde de descente 2025 à Champéry, environ 240 athlètes ont été engagés, représentant plus de 40 nationalités.

Le public a répondu présent en masse, créant une ambiance unique tout au long du week-end. Plusieurs milliers de spectateurs ont vibré le samedi lors des finales juniors, tandis que le dimanche, la course élite a battu tous les records de fréquentation. Au total, plus de 18 000 personnes ont assisté aux épreuves sur le site de l'événement. Des écrans géants pour suivre les courses, des stands d'exposition, des animations pour les familles, des initiations et des concerts ont été organisés afin que l'événement soit le plus divertissant possible pour les visiteurs.

# 18 000

Visiteurs sur l'ensemble de l'événement  
durant le week-end

# +40

Pays représentés par 240 athlètes

# 6.3 mio

De vues sur les réseaux sociaux

# 12.8 mio

De spectateurs cumulés à la télévision



## Championnats du Monde de la Raclette (24-26.10.2025)

### « Un week-end record pour la 2<sup>e</sup> édition »

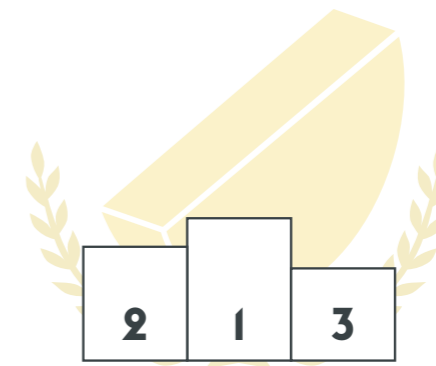
La 2<sup>ème</sup> édition des Championnats du Monde de la Raclette a battu tous les records du 24 au 26 octobre à Morgins. Près de 20 000 visiteurs ont célébré durant trois jours le plat emblématique du Valais dans une atmosphère conviviale, festive, et résolument gourmande.

Cette compétition internationale était représentée par douze pays : la Suisse, la France, l'Italie, la Belgique, la Roumanie, le Canada, la Grande-Bretagne, le Liechtenstein, la République tchèque, l'Autriche, l'Australie et le Japon.

Au total, 150 fromages ont été dégustés, analysés, et notés par un jury composé d'experts, de professionnels et de consommateurs. Les fromages en compétition ont été départagés selon des critères très précis : texture, apparence, arôme, goût, et impression générale.

Le Super Jury de la phase finale du concours était composé de :

- › Laetitia Gaborit, Meilleur Ouvrier de France Fromager
- › Bernard Mure-Ravaud, Maître Fromager et Meilleur Ouvrier de France
- › Eddy Ballifard, ambassadeur du Raclette du Valais AOP
- › Philippe Moreau, vice Premier Fromager de Belgique 2010
- › François Raemy, fromager globe-trotteur
- › Roger Dubosson, Maître Fromager
- › Andréas Leibundgut, membre de FROMARTE
- › Aleksandr Krupetskov, membre permanent du Jury des World Cheese Awards
- › John Haldemann, analyste sensoriel à l'Agroscope



### Raclette d'alpage au lait cru de vache

- 1<sup>er</sup> Alpage de la Cave du Scex Crans-Montana (VS, Suisse)
- 2<sup>e</sup> Alpage des Bochasses Troistorrents (VS, Suisse)
- 3<sup>e</sup> Fromagerie de la Loutze Chamoson (VS, Suisse)

### Raclette au lait cru de vache

- 1<sup>er</sup> Fromagerie de Liddes Liddes (VS, Suisse)
- 2<sup>e</sup> Fromagerie Le Pont Champéry (VS, Suisse)
- 3<sup>e</sup> Wallis 65 Turtmann Turtmann (VS, Suisse)

### Raclette au lait pasteurisé ou thermisé

- 1<sup>er</sup> Milco SA Vuisternens-en-Ogoz (FR, Suisse)
- 2<sup>e</sup> Fromagerie des Hauts de Savoie Frangy (France)
- 3<sup>e</sup> Fromagerie de Vuadens Vuadens (FR, Suisse)

### Raclette au lait de brebis

- 1<sup>er</sup> Fläcke-Chäsi GmbH Beromünster (LU, Suisse)
- 2<sup>e</sup> Autour du Buis des Cabasses Verrières (Aveyron, France)
- 3<sup>e</sup> Fromagerie Moléson SA Orsonnens (FR, Suisse)

### Raclette au lait de chèvre

- 1<sup>er</sup> Fromagerie Beaudé Montferrat (Var, France)
- 2<sup>e</sup> Fromagerie de Martigny Martigny (VS, Suisse)
- 3<sup>e</sup> Odermatt Käserei Dallenwil (NW, Suisse)



# Structure de Région Dents du Midi SA

## Conseil d'administration



**Henri-Pierre Galletti**  
Président



**Yannick Buttet**  
Représentant Portes  
du Soleil Suisse SA



**Martin Gyax**  
Vice-Président & Représentant  
des résidents secondaires



**Christelle Piguet**  
Représentante Transports Publics  
du Chablais SA



**Corinne Cipolla**  
Représentante  
Commune de Troistorrens



**Isabelle Dubosson**  
Représentante Société  
d'Agriculture de la Vallée d'Illiez



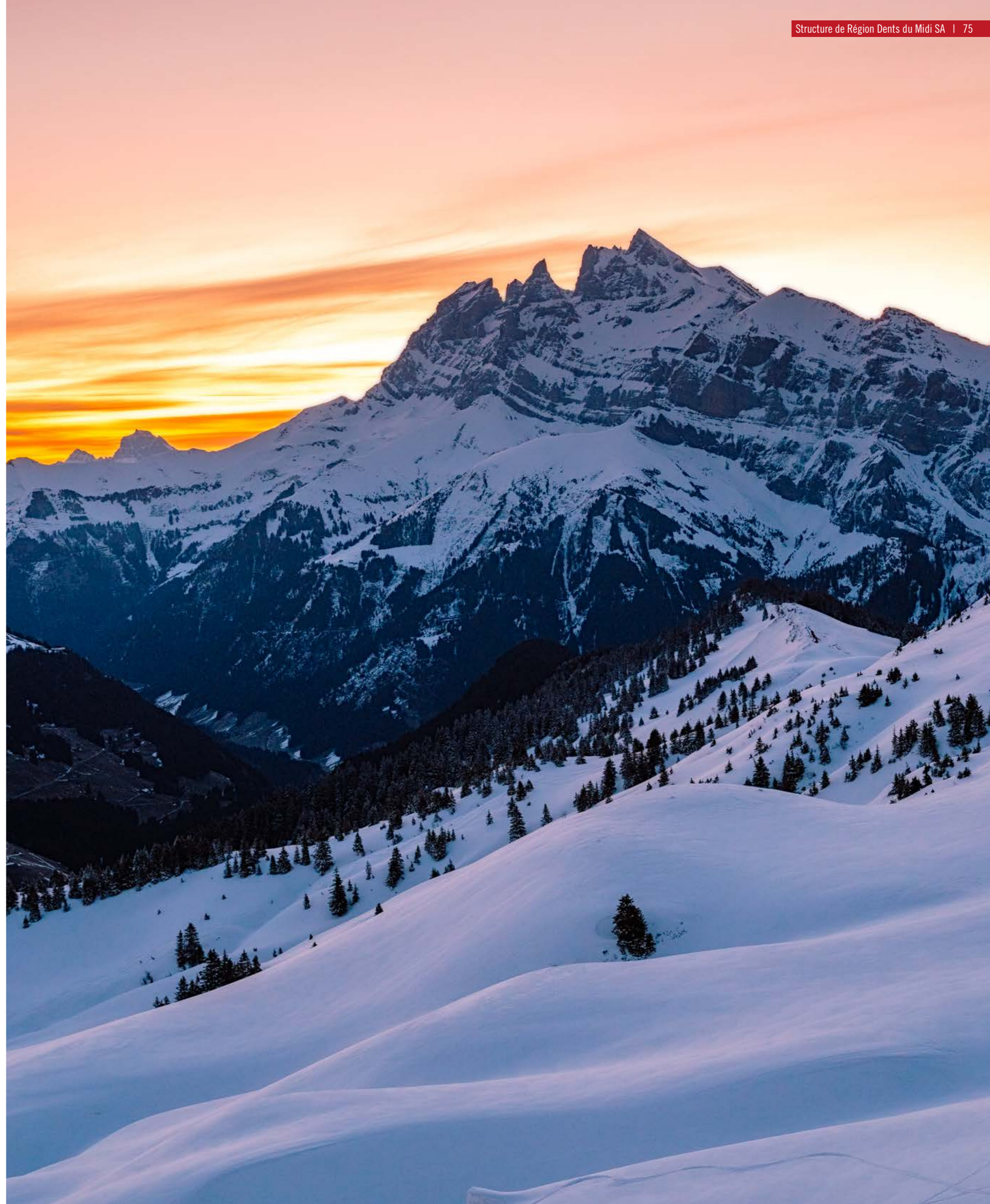
**François Jud**  
Représentant  
Commune de Champéry

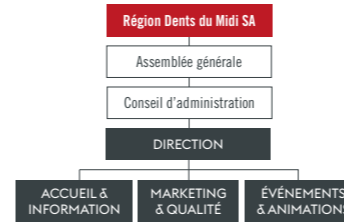


**Philippe Zurkirchen**  
Représentant  
des hébergeurs professionnels



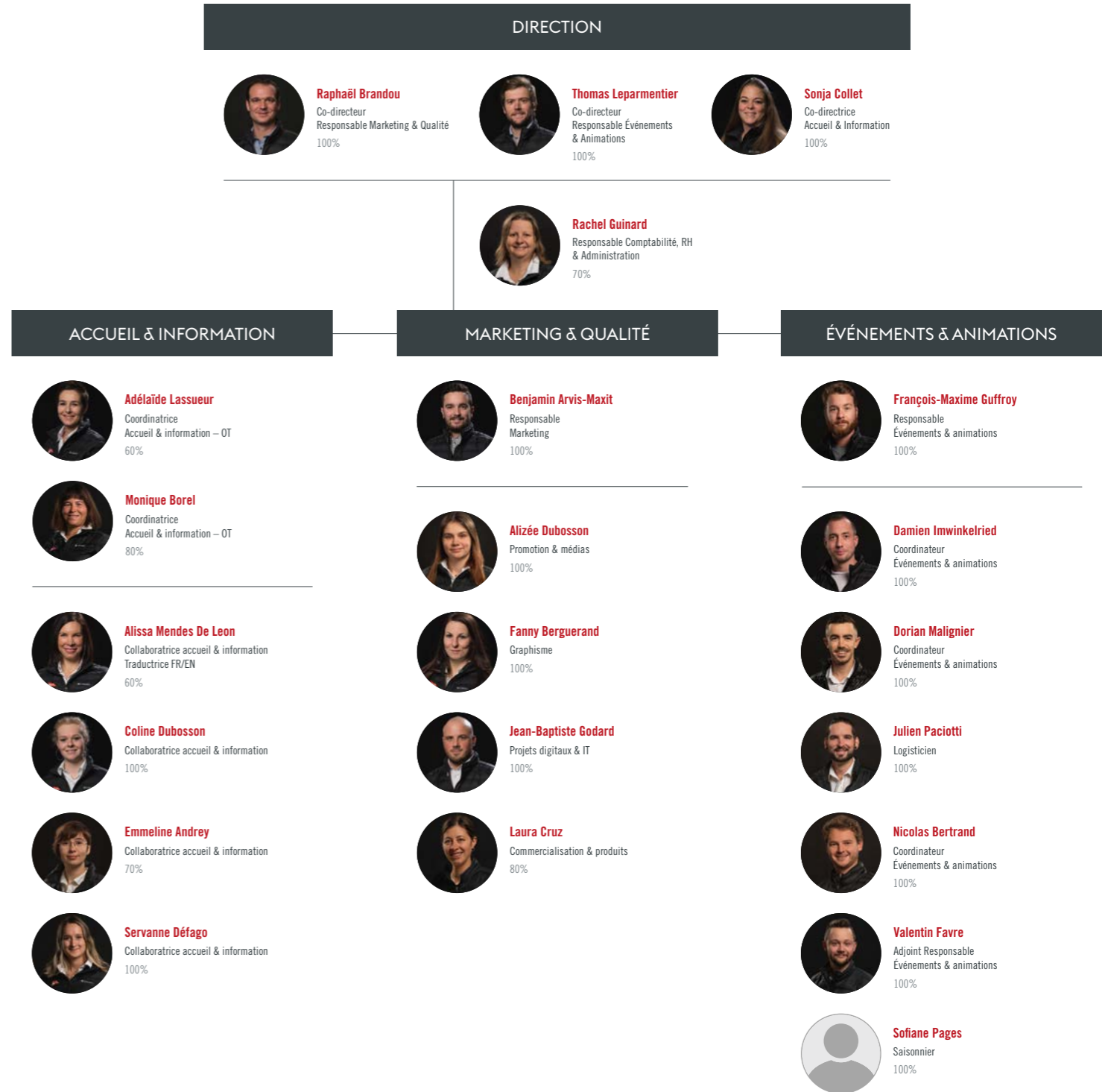
**Johann Tâche**  
Représentant  
Commune de Val-d'Illiez





**REGION+ DENTS DU MIDI**  
Portes du Soleil

# ORGANIGRAMME



# Ressources Humaines

## Une direction tripartite

Un système de gouvernance tripartite a vu le jour en cours d'année 2021, à la tête de laquelle les responsables de secteurs se partagent la direction. Grâce à leur complémentarité et à leur style de management participatif centré sur les résultats, il a été reconnu que cette nouvelle organisation fonctionne et s'applique efficacement à la société.

## Taux de rotation du personnel

Le taux de rotation (ou turnover), permet d'apprécier la faculté de l'organisation à fidéliser ses salariés et à analyser les mouvements du personnel. Un taux de rotation élevé est le signe du manque de stabilité du personnel. Cela peut représenter un surcoût lié au recrutement et à l'intégration des nouveaux salariés, ainsi qu'une perte de qualifications et de compétences pour l'entreprise.

| Effectif au      |   |          |                        |          |      |
|------------------|---|----------|------------------------|----------|------|
| 01.01.2025       | 22 collaborateurs, dont 0 apprenti(e) & 0 saisonnier (20.2 EPT) |          |                        |          |      |
| 31.12.2025       | 22 collaborateurs, dont 0 apprenti(e) & 1 saisonnier (20.4 EPT) |          |                        |          |      |
| Nombre (en 2025) |   |          | Taux (en 2025)         |          |      |
| Départs          | 2   | Arrivées | 1 fixe<br>1 saisonnier | Rotation | 9.1% |

Le taux de rotation du personnel est très satisfaisant et le taux de stabilité, supérieur à 90%, reflète une excellente fidélisation des collaborateurs. Dans le cadre d'un ajustement stratégique, un poste n'a pas été pourvu. En parallèle, l'engagement d'un saisonnier permet d'assurer une qualité de travail optimale dans le secteur événementiel durant la saison d'hiver.

## Absentéisme

L'absentéisme au travail révèle certains symptômes de dysfonctionnements internes qui peuvent agiter une entreprise : problèmes d'organisation, conflits hiérarchiques, surcharge de travail, manque de reconnaissance, etc.

La Direction de RDDM y est sensible, et il lui tient à cœur d'instaurer un climat de bien-être et de motivation pour ses collaborateurs, en renforçant la cohésion sociale et en tenant compte de l'aspect humain.

En prenant ainsi conscience de sa part de responsabilité dans les causes d'absences de leurs employés, RDDM a enregistré, pour la troisième année consécutive, un excellent taux de **0.18%** en 2025. En incluant le collaborateur ayant quitté l'entreprise durant l'année, ce taux atteint 1.66%, ce qui reste un excellent résultat, expliqué par un unique cas d'absence de longue durée.

## Satisfaction des collaborateurs

Il est prouvé que les employés heureux, engagés et satisfaits sont aussi les plus productifs. Ces derniers sont également beaucoup moins susceptibles de quitter l'entreprise, réduisant notre taux de turnover et les dépenses liées au recrutement. L'implication de nos managers, tous très estimés et reconnus, contribuent fortement à l'obtention des bonnes évaluations de leur équipe.

Pour évaluer la satisfaction des collaborateurs, la nouvelle grille d'évaluation aborde un plus grand nombre de thématiques, telles que l'environnement de travail, l'ambiance générale au sein de l'entreprise ou encore le sentiment d'utilité et de reconnaissance.

Basée sur des critères d'appréciation qualitatifs, cette évaluation permet une analyse plus globale du ressenti des collaborateurs. En 2025, 100% des collaborateurs ont obtenu un résultat « tel qu'attendu », traduisant un niveau de satisfaction conforme aux attentes de l'entreprise.

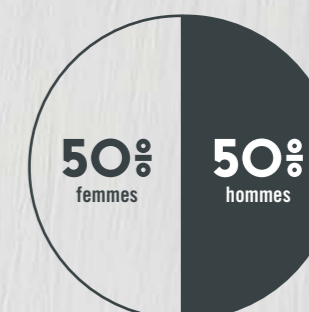
## Entreprise fédératrice

La présence de plusieurs jubilés au sein de l'organisation témoigne de l'attachement des collaborateurs à l'entreprise ainsi que de sa capacité à fédérer durablement ses équipes. Cette année, trois jubilés ont été célébrés : trois collaborateurs ont fêté leurs 10 années d'ancienneté et une collaboratrice ses 30 ans de service.

## Chiffres-clés

**7.8 ans** Durée moyenne des années de service

**36 ans** Âge moyen des collaborateurs



# Finances en quelques chiffres

Les recettes totales de l'exercice s'élèvent à CHF 4.593 millions. Les recettes provenant de taxes touristiques représentent plus de 75% des recettes. Les autres revenus concernent d'une part les contributions privées et les produits nets des prestations réalisées ainsi que diverses subventions communales.

L'encaissement des taxes touristiques se répartissent de la manière suivante à travers la région :

| Recettes de taxes de séjour et de promotion touristique | 2025 | 2024 | 2023 | 2022 |
|---|------|------|------|------|
| Commune de Troistorrents                                | 37%  | 37%  | 37%  | 37%  |
| Commune de Val-d'Illiez                                 | 28%  | 28%  | 28%  | 27%  |
| Commune de Champéry                                     | 35%  | 35%  | 35%  | 36%  |
|   | 100% | 100% | 100% | 100% |

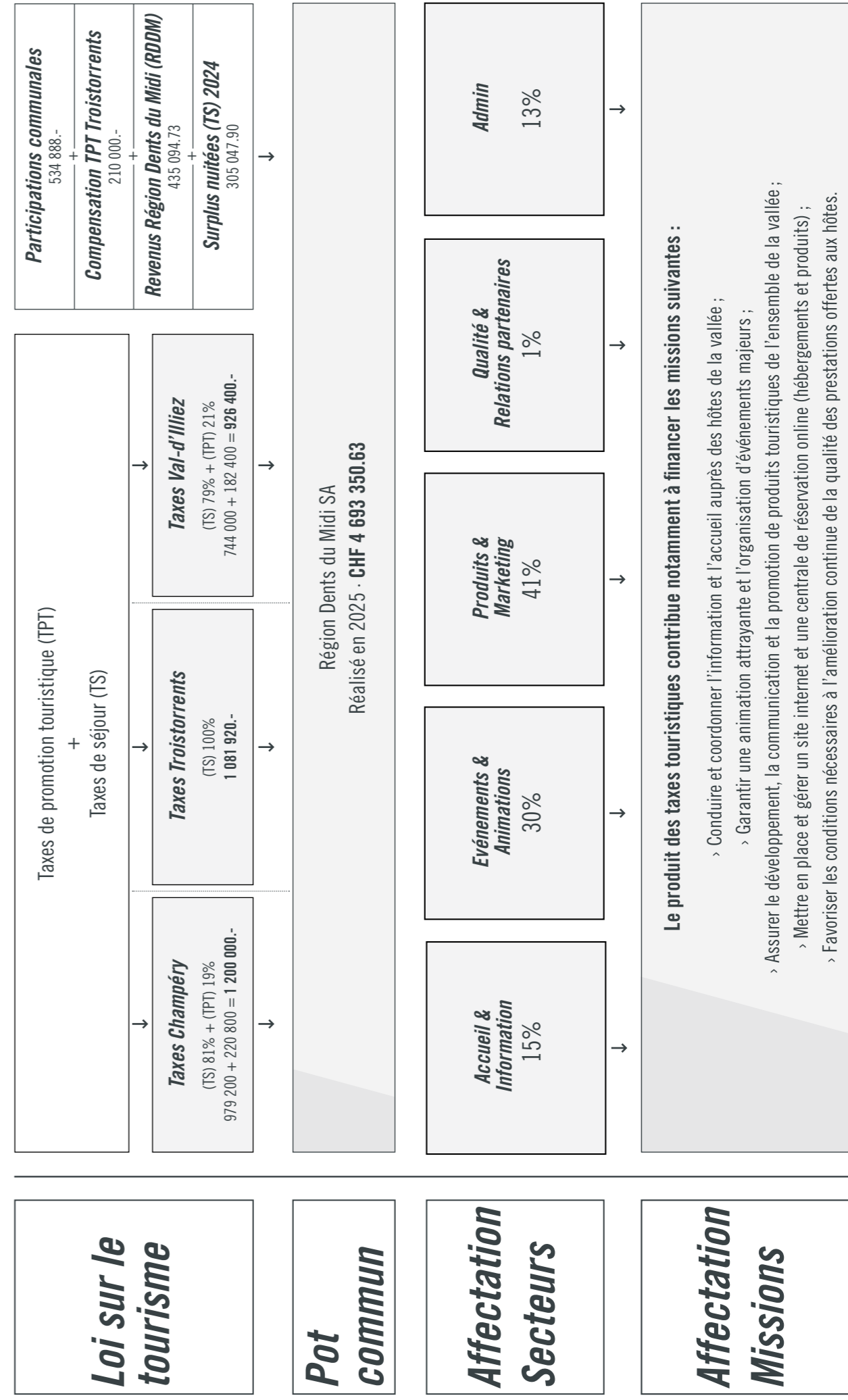
Ces produits ont permis de réinjecter directement dans la Vallée d'Illiez plus de CHF 1.8 millions, soit 39% des recettes. Le solde a été utilisé à des fins de promotions et de développement de projet en lien avec les missions de Région Dents du Midi SA. Les dépenses s'élèvent quant à elles à CHF 4.444 millions, dont 41% (CHF 1.830 million) concernent les frais de personnel, 18% (CHF 0.790 million) les frais de Marketing et 24% (CHF 1.063 million) les frais liés à l'événementiel et aux produits vendus.

L'activité 2025 a généré un bénéfice de CHF 219 938.90 produisant un résultat cumulé de CHF 367 714.57.

Le total du bilan s'élève à CHF 1.178 millions. Tant l'actif que le passif est composé de divers postes en lien exclusif avec l'activité. La valeur nette des fonds propres au 31 décembre 2025 est de CHF 522 314.12 correspondant à 44% du total du bilan.

## PROVENANCE ET AFFECTATION DES REVENUS DE RDDM SA DANS LE CADRE DE LA LOI SUR LE TOURISME

Selon comptes 2025  
(montant en CHF)



# Remerciements

## Région Dents du Midi SA remercie :

- › Son personnel, pour son enthousiasme et son dynamisme au quotidien
- › Son Conseil d'administration, pour sa disponibilité et son professionnalisme
- › Les autorités communales, pour leur confiance et leur soutien
- › Ses actionnaires, pour leur appui financier
- › Ses partenaires, pour leur précieuse collaboration
- › Ses résidents et visiteurs, pour leur fidélité et leur reconnaissance



#regiondentsdumidi

info@rddm.ch | regiondentsdumidi.ch

### Offices du Tourisme de Région Dents du Midi

#### Champéry

Rue du Village 54 · 1874 Champéry  
+41 24 479 05 50 · champery@rddm.ch

#### Morgins

Route du Village 6 · 1875 Morgins  
+41 24 477 23 61 · morgins@rddm.ch

### Guichets d'information virtuels

#### Val-d'Illiez

Gare AOMC · 1873 Val-d'Illiez  
valdilliez@rddm.ch

#### Champoussin

Bar & Magasin L'Antre D'Eux · 1873 Champoussin  
valdilliez@rddm.ch



Toutes nos brochures  
sont disponibles ici



swi+zerland  
Member

