



## ASSEMBLEE GENERALE STATUTAIRE

Jeudi 29 Septembre 2022

CCI Région Lyon – Congrès DSF

### Ordre du jour :

#### **Adhésions et Quorum**

#### **Bilan financier et budget**

#### **Bilan moral :**

*Crise Covid*

*Mountain Planet*

*Recrutement : forums*

*Trophée ACG : démarche*

#### **Plan d'actions 2022/2023 :**

*Congrès DSF*

*Trophée Anticiper C'est Gagner*

*Alpipro*

*Matières 1ères*

*Problématique recrutement*

*Mountain bashing*

*ANMSM*

*Enquête investissements*

#### **Remplacement membres du bureau**

#### **Questions diverses**

Démarrage de l'assemblée Générale à 8H20.

#### **Quorum : Nombre de personnes présentes/représentées à l'AG : 48.**

Un remerciement est adressé à tous les présents et surtout à ceux qui ont fait le déplacement pour l'AG (sans participation au congrès DSF ensuite) ainsi qu'à la CCI Régionale qui accueille cette AG à Lyon gracieusement. Le Président mentionne que la CCI a été très sollicitée lors de la crise Covid pour les fournisseurs de la montagne et a été un soutien important dans les actions menées auprès des ministres.

Les intervenants en fin d'AG sont annoncés avec une modification d'ordre de passage.

#### **Adhésions**

Année 2022 : 5 nouvelles adhésions et 3 départs.

Compte-tenu des retards de paiement des cotisations enregistrés chaque année, une demande de diligence est formulée auprès des adhérents dans le règlement des cotisations pour 2023.

Les instructions seront envoyées par mail et courrier courant janvier 2023.

## **BILAN FINANCIER ET BUDGET**

Le bilan financier est présenté avec un budget 2022 en cours, non terminé à date, comprenant 13 005,00€ de recettes (cotisation d'adhésion) et un prévisionnel de 18 012,03€ de dépenses. Le bilan prévoit résultat déficitaire de 5 007,03€, prélevé sur la trésorerie.

Les charges pour l'année 2022 sont principalement imputées en communication :

- Nouvelle identité graphique et plv associée
- Frais du site internet
- Cotisation pour France Montagnes qui augmente cette année
- Stand Mountain Planet pour matérialiser notre présence
- Partenariat ADSP : cadeau marquant pour leur AG et anniversaire de leur 40 ans.
- Partenariat ANMSM : en cours.

Le déficit s'explique par des actions entreprises en cours d'année et non budgétées, principalement la sollicitation de l'ADSP et le soutien à l'AG de l'ANMSM.

Il est proposé d'augmenter la cotisation à 160€ pour 2023 (pour mémoire : 153€ en 2022).

Le budget 2023 prévoit des recettes pour 14 975€ et des dépenses pour 14 520€.

**Vote du bilan financier et du budget** : pas d'opposition ni d'abstention : le budget et la cotisation sont donc votés à l'unanimité.

## **BILAN MORAL**

### **Crise covid** :

L'Afmont a été très impliquée dans la gestion de cette crise sanitaire et très active en matière de communication. En ce qui concerne notamment la proposition formulée de suramortissement pour les domaines skiables, le gouvernement n'a pas souhaité répondre favorablement.

Les chiffres des investissements 2021 compilés et publiés par Montagne Leaders n'étant pas représentatifs de la réalité économique des entreprises de la filière, il a été d'autant plus difficile ensuite de réclamer des mécanismes d'aides additionnels auprès du gouvernement.

Par ailleurs, tous les dossiers d'aides relatifs notamment au fond de solidarité, déposés par les fournisseurs de la montagne ont été acceptés ou soldés finalement positivement après intervention auprès des DDFIP.

### **Mountain Planet** :

Ce RDV fut celui des retrouvailles et jugé très positif pour la filière. Des délégations étrangères (180 personnes d'une vingtaine de pays) ont été accueillies à Mountain Planet, via le Cluster Montagne.

Sur cette thématique, il est cependant nécessaire de clarifier le périmètre de la mission confiée par Alpexpo au Cluster, sur la gestion des délégations internationales, financée pour partie par la contribution de 7€ au m<sup>2</sup> facturée aux exposants au titre de la promotion internationale, et s'assurer que l'ensemble des exposants puissent bénéficier de cette action.

Demande de M. Zinniger – Team Axess : Quel est le montant pris par le Cluster ? Aucune réponse n'a pu être donnée.

D'une manière générale, l'équipe d'Alpexpo a été jugée très disponible, l'organisation performante pour les exposants. Les exposants partagent également le constat d'un visitorat français très important et d'un visitorat international très satisfaisant.

Les points négatifs sont : la propreté et la salubrité des sanitaires, le jugement mitigé des Masterclass, et une communication déficiente sur l'opération « Hors les murs », visant à faire vivre le salon au-delà d'Alpexpo.

### **Recrutement :**

2 opérations menées en 2022 :

- Festival pour l'emploi Horizon 9 ou « comment parler aux jeunes de la filière ? » : une action forte a été portée par Mare Nostrum avec l'organisation de ce festival. Bien que soutenu par les acteurs de la filière et organisé par des professionnels du recrutement, avec un cadre très informel, censé attirer les jeunes candidats, le résultat est mitigé. L'opération devait aussi servir de tremplin à la ½ journée forum de l'emploi sur Mountain Planet.
- Demi-journée forum emploi sur MP22 : Les exposants se sont malheureusement peu mobilisés sur cette opération, visant l'employabilité immédiate, un petit nombre d'entre eux ayant effectivement fourni des offres d'emplois. Malgré une invitation spécifique envoyée par Alpexpo aux écoles, universités etc., il y a un nombre assez limité de candidat venus rencontrer les exposants.

>>> Pour de future opération, il est recommandé d'externaliser la mission d'organisation auprès de professionnel du recrutement.

### **Trophée Anticiper C'est Gagner :**

Objectif : faire vivre la démarche et continuer à sensibiliser les donneurs d'ordre sur les bénéfices de l'anticipation des commandes et d'une situation « gagnant-gagnant ». Le but étant de matérialiser la démarche par la mise en avant de bonnes pratiques (assurer l'équilibre économique pour l'ensemble des parties, terminer dans les délais et anticiper pour une exécution des projets en mode plus « durable » etc.).

Le constat est partagé : en mode contraint (ex. : tension sur les approvisionnements en 2022) ou mode incitatif (ex. : dispositif de suramortissement Macron en 2015), les donneurs « savent » anticiper. Il faut renforcer et ancrer la prise de conscience sur l'anticipation des commandes.

## **PLAN D' ACTIONS 2022-23**

### **Congrès DSF**

A la suite du congrès 2019, l'Afmont avait proposé de changer la formule du volet « Exposition-rencontre », mais n'a pas été entendue. Les modifications apportées aux congrès 2020, 2021 et 2022, n'ont pas répondu aux attentes exprimées (sur la base des retours d'enquête réalisées par l'Afmont). Elles ont même introduit une iniquité de traitement au niveau des tarifs pour les plus petits fournisseurs, avec le ticket d'entrée de base pour tous les fournisseurs (500€ pour les membres correspondants ou 1000€ pour les non membres). Un nombre important de petites structures ne sont d'ailleurs pas venues à Lyon.

Les propositions sur la visibilité des fournisseurs pour le volet rencontre n'ont pas non plus été retenues ou partiellement, ce qui limite l'impact positif escompté.

Il est clair que le congrès appartient à DSF, cependant le volet « exposition-rencontre » concerne les fournisseurs qui veulent véritablement rencontrer et échanger avec les exploitants à cette occasion. D'autre part, le congrès est majoritairement financé par les fournisseurs, via les sponsorings et les frais d'inscriptions (stands, espaces, etc.), il semble donc légitime que leur voix soit entendue.

L'Afmont souhaite proposer :

- La mise en place d'une tarification à la personne et des tarifs annexes identiques pour les exploitants et les fournisseurs, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui ;
- L'introduction de plus d'outil digitaux autour de cette manifestation, pour plus de visibilité, d'attractivité et plus d'interaction entre les congressistes (ex. liste des participants, mise en relation etc.) ;
- L'évolution du volet « exposition-rencontre » sur un schéma flexible qui reste à définir avec DSF ;

### **Trophée Anticiper c'est gagner : la remise**

Le trophée est relancé en 2022, une communication « La chasse au trophée ouverte ! » est en cours !

Pour ceux qui souhaitent candidater, il faut identifier un projet (matériel, prestation intellectuelle etc.), contacter le donneur d'ordre et déposer un dossier très simple en ligne sur le site de l'Afmont, en décrivant succinctement les bonnes pratiques et stratégie déployées pour les 4 grandes phases du projet, de l'avant-projet (phase préparatoire), à la commande, la réalisation et la réception. <https://www.afmont.fr/trophee-acg>

La remise des trophées se déroulera à l'occasion de la manifestation « Nuit blanche, les étoiles de la montagne » le 01/12/22 (<http://nuit-blanche.events>).

Les candidatures n'étant pas nombreuses actuellement, les fournisseurs sont sollicités pour aller chercher un exploitant, faire vivre la démarche et candidater en tandem fournisseur-exploitant au trophée. Montagne Leaders relaie la démarche abondamment.

L'assemblée est sollicitée pour donner des axes d'améliorations, des idées : aucune réponse n'est apportée.

### **Evènement « La Nuit blanche, les étoiles de la montagne » :**

Pierre-Emmanuel – System D, présente un nouvel évènement BtoB d'avant-saison, dont les 3 thématiques principales seront : la procrastination, le greenwashing, et la gestion des soucis au quotidien !, avec une approche décalée et disruptive.

Un moment charnière de la soirée sera dédié à la remise du trophée ACG, dans un format décalé et humoristique, pour donner de la visibilité à l'Afmont.

La fin de soirée sera plutôt festive avec des animations suivant les partenaires réunis. Cet évènement, qui se veut avant tout participatif, convivial et fraternel avec le monde de la montagne n'est pas en concurrence avec d'autres et a été validé avec les institutionnels. L'Afmont relayera l'information auprès de ses adhérents.

Plus d'info : <http://nuit-blanche.events>

### **Alpipro :**

Prochain rendez-vous majeur de la filière, l'Afmont se félicite de la préservation de l'esprit initial de la manifestation, sous forme de rendez-vous d'affaire, avec un visitorat hautement qualifié (décideurs). L'Afmont est très engagé auprès du comité de pilotage et de l'équipe de SavoieExpo, avec laquelle les relations sont excellentes et constructives.

Pour répondre aux interrogations de certains adhérents, sur l'évolution des tarifs : l'analyse des tarifs au m<sup>2</sup> a été réalisée sur les 4 dernières éditions, avec un taux d'augmentation très raisonnable de 2% en rythme annuel. Le rapport coût/bénéfice de l'opération étant jugé plutôt très correct et intéressants pour les participants.

### **Matières premières :**

Le prix de l'énergie et des matières premières s'envole avec l'inflation, et les délais s'allongent ! Même si nous sommes tous tributaires de cette conjoncture et n'avons pas beaucoup de leviers, nous pouvons sensibiliser, communiquer et relayer des informations avec ML auprès de nos adhérents.

Nos professions peuvent toutes connaître des retards et des allongements de délais de livraison : il faut néanmoins préparer l'avenir et communiquer.

### **Recrutement**

Faire vivre la démarche de l'employabilité immédiate et de l'attractivité de la filière montagne !

Le Cluster montagne s'est positionné sur l'événement « High five festival » des 1 et 2 octobre à Annecy afin d'enclencher une dynamique recrutement et d'attirer les jeunes vers la filière montagne.

Au-delà, il faut profiter des différents temps forts (salon etc.) pour faire vivre cette démarche de recrutement. L'Afmont va revenir vers les adhérents avec des propositions.

Pour le prochain salon Mountain Planet, l'Afmont va discuter avec les organisateurs afin de voir comment construire une opération sur l'emploi, piloter par un prestataire dont ce sera le cœur de métier. Il faut d'ores et déjà travailler sur cette thématique, avec les différents intervenants, et identifier quels objectifs et quel opérateur pourrait être mandaté pour cette mission.

### **Communication | Mountain bashing :**

Suite à la montée en puissance sur les dernières saisons d'une communication très négative sur la montagne aménagée, le ski bashing et sur la mort du modèle économique des stations de montagne, portée très largement par les associations de protection de l'environnement, l'Afmont souhaiterait construire une démarche autour de la communication positive sur l'industrie montagne.

L'objectif est que la démarche soit partagée par les différents acteurs de la filière, mais pas directement portée par l'un d'entre eux. Il conviendra d'identifier les bons canaux, qui pourra être la tête de pont pour la communication, sur le mode « influence ».

### **ANMSM :**

L'Afmont a soutenu financièrement et est intervenue à l'AG 2022 de l'ANMSM à Briançon en tant que partenaire, suite à la sollicitation de J. Retailleau (Directeur). Plusieurs thématiques ont été abordées, notamment sur les difficultés et lourdeurs administratives pour « faire sortir

des dossiers » (études d'impact, autorisation, permis, multiplicité des interlocuteurs, recours etc.).

A titre d'exemple : sur le déploiement des énergies renouvelables (turbinage hydroélectrique via les installations de neige de culture ou mise en place d'éolienne), il a fallu 6 ans d'instruction à Serre Chevalier pour faire sortir les projets.

Sujet communication & Mountain bashing : Le monde de la montagne n'ayant pas naturellement des éléments de langage communs, l'Afmont envisage de se rapprocher de l'ANMSM qui porte la parole et les intérêts des territoires, pour voir comment avancer sur une démarche de communication « piloter » par France Montagne (dont L'ANMSM est membre fondateur). France Montagne dispose des compétences fortes en matière de communication positive et d'influence (réseaux sociaux etc.). Il est essentiel de s'emparer de ce sujet. Sinon, à terme, le risque est fort de voir les acteurs de la filière ne plus être ceux qui façonnent les territoires et stations de montagne.

Une remarque est faite autour de la communication « du ski 4 saisons » : Dans l'inconscient du public, il y a le risque que les activités « été » en montagne soit perçues comme fonctionnant très bien (permettant de garantir l'emploi et le développement économique local), et que la saison d'hiver soit perçue comme accessoire, sans nécessité d'en assurer la pérennité. Alors que le moteur économique reste à ce jour très majoritairement la saison d'hiver.

Suite au partenariat pour l'AG 2022 et afin d'inscrire dans la durée les bonnes relations avec l'ANMSM, l'Afmont va proposer un partenariat sur 3 ans (2022 compris).

### **Enquête investissements :**

Les chiffres publiés par Montagne Leader sur l'investissement en stations ne correspondent pas toujours à la réalité de l'activité des fournisseurs. L'Afmont va essayer avec quelques adhérents, de vérifier la cohérence des chiffres pour les principaux postes d'investissement/ L'objectif est d'alerter ML si des dérives importantes sont constatées afin qu'ils puissent revenir vers les exploitants concernés.

**Vote du bilan moral et du plan d'actions :** en l'absence d'opposition et d'abstention, ils sont votés à l'unanimité.

## **REPLACEMENTS DE MEMBRES DU BUREAU**

Les membres sortants sont :

|

- INFLUENSO – représenté par S. Mérindol
- GMM – représenté par G. Kraan
- CERA – représenté par L. Micol

Les candidatures sont :

- GENEPI – représenté par Gilles Kraan
- ENGINEERISK – représenté par Fanny Bourjaillat

Aucune autre déclaration de candidature n'est formulée.

Pour mémoire, les membres du bureau le sont au titre de leurs entreprises adhérentes respectives, en tant que personne morale. L'AG en 2021 avait validé exceptionnellement 16 membres. Le remplacement lors de cette AG permet de revenir à 15 membres. Les statuts

prévoient que le remplacement intermédiaire de membres couvre la durée restante du mandat initial, soit 2 ans en l'espèce.

**Vote sur les candidatures** : en l'absence d'opposition et d'abstention sur la soumission de ces 2 nouvelles candidatures, GENEPI et ENGINEERISK sont élus à l'unanimité au bureau en tant que membre du CA.

Une remarque est portée sur le lieu et la date de tenue des AG de l'Afmont, à savoir les découpler de toutes autres manifestations professionnels (salon, congrès etc.) pour permettre à un plus grand nombre de fournisseurs d'y participer.

- L'AG statutaire, traditionnellement à l'automne pourrait être déplacée à une date « neutre » au printemps et couplé à la journée « adhérents » ;
- L'AG informative, traditionnellement au printemps, au moment de Mountain Planet et d'Alpiro, non statutaire, serait conservée ;

Cette proposition sera soumise à acceptation par voie électronique aux membres.

## **QUESTIONS DIVERSES**

**Matières premières** : Discussion ouverte de l'assemblée :

- Sondage anonyme en ce qui concerne l'augmentation actuelle des tarifs et l'allongement des délais ;
- Possibilité de partager des infos sur le maintien des prix pour les offres de prix, l'approvisionnement, l'achat de matières premières. En matière de marché public : l'indice de révision est plafonné ;
- ⇒ Demande de compilation des données pour benchmark par secteur d'activité : difficile à faire compte tenu des différences sur les secteurs et les cycles de commande des uns et des autres ;
- Constat de décalage entre les indices de révision et la réalité ;
- Compilation de bonnes pratiques via les CCI et suggestion d'un webinar si besoin d'échange sur « comment gérer la commande à long terme et la variation des prix » ou sous forme de news postée par l'Afmont.
- Remarque : Les fournisseurs ne sont pas des banques et il faudrait le rappeler aux exploitants. Beaucoup ont contracté des prêts PGE qu'ils doivent rembourser post covid.

## **INTERVENTION DES PARTENAIRES**

### **ADSP : Eric Viallet**

Eric Viallet se réjouit de la coopération avec l'Afmont qu'il entend continuer et renforcer.

Question sur les 40 ans : la volonté de Bernard était de revenir aux sources pour l'AG avec un moment fort à Val d'Isère et plutôt fin août car encore en saison. La volonté n'était pas de sortir de DSF mais juste de revenir aux sources et ce fut un bel événement. Après l'édition de DSF Paris, le choix a été fait de sortir du congrès et ça se passe bien depuis !

Eric Viallet remercie l'Afmont pour son soutien à cet anniversaire des 40 ans.

**France MONTAGNES : François Gaillard** remplaçant de JM Silva

Arrivé il y a 7 mois après avoir dirigé pendant 17 ans le tourisme à Lyon. Son cœur de métier est le marketing territorial avec un seul mot d'ordre : Promouvoir les massifs et la montagne française.

3 axes stratégiques principaux de travail sont validés :

- ① Séduction & communication (renouvellement de clientèle et focus sur les 25-35ans, montée en puissance du digital : segmenter les clientèles).
- ② Fédérer les acteurs et les structures : création du club FM, action nationale pour réunir le collectif, créer une émulation, un esprit de corps. Se faire grandir ensemble.
- ③ Nouveauté « l'influence » : adopter une communication d'influence : valoriser et défendre la vie en montagne, défendre les métiers, les terroirs ; la responsabilité environnementale.

Le slogan « la montagne ça vous gagne » est de retour : une campagne importante de communication et de marketing est menée à l'automne et en début d'hiver. Le logo sera transmis à tous.

Il faut faire remonter des images de bonnes pratiques à France Montagnes ; propose de le contacter pour tout axe de collaboration.

**FFS : Fabien Saguez**

Entraîneur national, directeur de club des sports et élu à la présidence récemment. Les équipes de France se portent plutôt bien avec deux belles dernières saisons. La décision a été prise d'envoyer les équipes en hémisphère sud cet été compte tenu de la situation des glaciers européens. Un événement majeur aura lieu cet hiver à Courchevel en 2023 et la FFS en fait un événement majeur (centaine de millions de téléspectateurs pour les championnats du monde). La piste de l'éclipse est un formidable laboratoire technique en ayant utilisé le moins d'eau possible pour être le plus efficient possible, et réalisée dans les règles de l'art.

La FFS est la fédération la mieux supportée par l'état en France car représente 7 disciplines olympiques et un nombre conséquent de médailles à la clé. Malgré tout, l'obligation est faite de trouver d'autres modes de financement pour les équipes FFS. Celui du Club des mécènes pour promouvoir la FFS est un support financier.

A titre d'exemple : la Suisse possède 4 fois plus de budget que celui de la France : notre modèle économique arrive à bout de souffle.

Pour faire face au Ski bashing, épicerie actuelle en France des problèmes, les athlètes seront sensibilisés avec l'appui de DSF, et des éléments de langage leur seront communiqués.

**ALPEXPO : Pascal Barcella**

SavoieExpo a repris une activité normale après le Covid grâce aux aides, aux PGE et à la transformation du parc en centre de vaccination...

Le parc à disposition pour toute manifestation est une vraie problématique vers l'hiver qui arrive concernant les halls à chauffer et la sobriété énergétique.

Alpipro / digital montagne : RDV d'affaires type business plafonné à 36 m<sup>2</sup> pour limiter l'exposition du matériel qui doit être porté à bras d'hommes dans un espace partagé. C'est un

salon au visitorat qualifié et ciblé. Le digital étant présent partout actuellement : Alupro et Digital montagne deviennent un seul logo et un seul salon.

Il a créé une vraie satisfaction en 2021 comme sa tenue a coïncidé avec la date de la réouverture des salons, où tout le monde avait envie de se retrouver ! Une étude a été faite par Unimev pour mesurer l'impact d'un salon comme Alupro qui génère 2,6 Millions de CA.

La campagne de communication est lancée pour l'édition 2023 ainsi que la procédure d'inscription avec le constat déjà d'un nombre surprenant d'inscriptions. Il se tiendra un mercredi et jeudi avec une soirée réseau le mercredi.

Un éduc tour est en projet pour faire venir du monde : SavoieExpo offre 100 nuitées pour faire venir des personnes de loin.

Le programme d'assises « Mountain next » est un peu trop convenu ! L'Afmont est sollicité pour construire le programme ! L'organisation a besoin des fournisseurs pour construire ce salon et demandent de faire remonter les thèmes qui les sensibilisent !

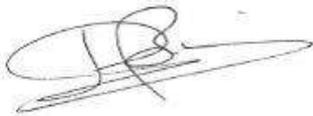
Une remise de prix « Award » sera également prévue pour des personnes qui animent le territoire.

Avant de clôturer cette AG, le Président rappelle à tous de réfléchir à quel exploitant solliciter pour la démarche Anticiper C'est Gagner durant le congrès DSF qui suit !

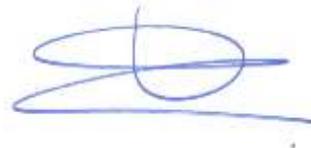
En l'absence d'autres points ou remarques soulevés, la séance est levée à 10h20 permettant à ceux qui le souhaitent, de rejoindre le congrès DSF en temps et en heure.

Pour le bureau :

Le Président – Didier Bic

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DB', with a long horizontal stroke extending to the right.

Le Vice-Président – Max Rougeaux

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'MR', with a long horizontal stroke extending to the right.