

COMPTE RENDU AG AFMONT 6 NOVEMBRE 2013 - STRASBOURG

Ordre du jour :	Présents :	Excusés
<p>1. <u>QUORUM</u></p> <p>2. <u>BILAN FINANCIER</u></p> <p>3. <u>BILAN MORAL</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.1 Alupro 2013</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.2 Relations ADSP (D. Bic)</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.3 Commission été (E. Bouchet)</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.4 Site Internet (M. Rougeaux)</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.5 Anticiper c'est gagner (P. Gd Eury)</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.6 Questions diverses</u></p> <p style="padding-left: 20px;"><u>3.7 Election du bureau</u></p> <p>4. <u>ELECTIONS</u></p> <p>5. <u>CLUSTER MONTAGNE (B. Robert et N. Saint Marcel)</u></p> <p>6. <u>FRANCE MONTAGNE</u></p> <p>7. <u>MOUNTAIN PLANET (R.A. Decolasse)</u></p> <p>8. <u>INTERVENTION P. LESTAS POUR DSF</u></p>	<p>P. Métayer Aymeric Bonnot R.A. Decolasse E. Bouchet O. Sauvestre J. Chavat R. Didier C. Excoffon G. Tessereau M. Porte D. Notin C. Laval J.P. Philippe S. Merindol D. Bic M. Rougeaux M. Zinniger L. Micol B. Robert D. Verdiel G. Kraan D. Ricou A. Farabegoli P. Grand'Eury C. Hepp D. Gromier F. Tiffreau P. Roux J.C. Georges D. Ribot J.L. Carateli B. Lambert</p>	<p>V. Douillet R. Roche Y. Meneron G. Mouthon C. Thomas M. Drapier C. Montaz T. Berger M. Hutter R. Berger</p>

1. QUORUM :

75 adhérents à ce jour.

68 à jour de cotisation.

Avec la présence de plus de 40 personnes (présentes ou représentées) l'AG peut se tenir.

2. BILAN FINANCIER

- Présentation du bilan :

ETAT au 31/10/13

	REALISE 2012 au 31/12/12	obs.	PROJET 2013	REALISE 2013 provisoir au 1/11/13	obs.	PROJET 2014
RECETTES						
cotisations	9 600,00 €	64/69 adhérents	9 900,00 €	10 200,00 €	68/75 adhérents	10 200,00 €
	990	33 repas	598,00 €	598,00 €	repas Strasbourg participation VTT	
	(sub(cluster / afmont :cotisations croisées)			(cluster / afmont :cotisations croisées)		
TOTAL	10 590,00 €		10 498,00 €	10 798,00 €		10 200,00 €
DEPENSES						
frais de création / modification	81,00 €		81,00 €			
assurance	236,77 €		240,00 €	250,10 €		255,00 €
création du Logo						
impressions (plaquettes)			2 368,08 €	2 368,08 €	site	1 000,00 € suivi du site
Panneaux SAM	611,16 €					
frais de secrétariat	1 823,00 €		1 794,00 €	1 794,00 €		1 794,00 €
frais de mission	253,90 €		300,00 €	- €		300,00 €
frais bancaires	216,03 €		250,00 €	177,00 €		180,00 €
frais divers				123,35 €		
PAM / France Montagne	3 767,40 €		3 880,42 €	4 119,62 €	avec action collectiv	4 200,00 €
Location de Salle	431,65 €	salle et	500,00 €	500,00 €	salle et	500,00 €
actions d' AFMONT	1 148,76 €	repas AG Nice		?	repas AG Strasbourg	
journées techniques	2 272,40 €	action AFNOR VT	1 000,00 €			1 000,00 €
TOTAL	10 842,07 €		10 413,50 €	9 332,15 €		9 229,00 €
RESULTAT	- 252,07 €		84,50 €	1 465,85 €		971,00 €

réserves 7 230,55 €

RESULTAT **6 978,48 €**

Résolution 1: Le bureau propose de maintenir la cotisation à 150 € pour 2014.

Celle-ci est adoptée à l'unanimité.

Résolution 2 : Le bilan financier est mis au vote ;

Celle-ci est adoptée à l'unanimité.

3. BILAN MORAL

3.1 Alpipro 2013

Retour des adhérents Afmont :

Siège social : La Pyramide, 61 voie Champollion, Alpespace 73800 Francin. Association loi 1901 : w381004149

Adresse postale: Afmont 22 avenue Littré 38100 Grenoble Tél. 06 511 119 74. Mail : afmont@orange.fr

- Points positifs :
 - ✓ Très bonne situation géographique
 - ✓ Excellent rapport qualité / prix
 - ✓ Très bon choix des dates : bien placé en fin de saison mais pas trop tard pour pouvoir encore toucher un maximum de visiteurs
 - ✓ Public ciblé : les décideurs
 - ✓ Relations avec Mountain Planet apaisées

- Points à améliorer :
 - ✓ Rendez-vous d'affaires inefficaces : peu de rendez-vous
 - ✓ Efforts à faire pour augmenter le trafic des visiteurs. Comment l'Afmont pourrait-elle relayer la communication du salon de manière plus efficace ?
 - ✓ L'organisation doit envoyer plus d'outils de communication aux exposants afin qu'ils puissent relayer l'info de leur côté (type signature fin de mail avec annonce du salon).
 - ✓ Format sur 3 jours trop compliqué : passer à 2 jours. Jeudi & vendredi ?

- Questions :
 - ✓ Elargissement du salon à d'autres secteurs (immobilier, distribution sports, etc...) ? Pas d'intérêt pour les exposants actuels car la cible des visiteurs n'est pas la même.
 - ✓ D'autres évènements se tiennent en même temps (Ski Débrief à Val d'Isère, etc...). Demander aux organisateurs de se concerter.

- Assises :
 - ✓ L'organisation par l'Institut de la Montagne a été perturbée cette année par le changement de directeur.
 - ✓ Elles devraient être mieux préparées en 2015 grâce à la prise de poste du nouveau directeur.
 - ✓ Le concept est idéal car il mobilise un public plus « politique » qui intéresse aussi les exposants.
 - ✓ Les évènements qui se tiennent en parallèle (assises, table ronde de l'ADSP, conférence de presse de la CDA, etc...) sont complémentaires et suscitent également un vif intérêt.
 - ✓ Conserver un temps fort pour le vendredi après-midi afin de maintenir la fréquentation jusqu'à la fin.

3.2 Relations ADSP (D. Bic)

Les relations ont été clarifiées lors de la réunion Afmont / ADSP de la semaine précédente.

- AG ADSP de 2013 :
 - ✓ Position de l'Afmont : les adhérents qui ont renvoyé leur inscription à l'AG ADSP en remplaçant le tarif ADSP par le tarif Afmont doivent régler selon le tarif Afmont ; Les adhérents qui ont renvoyé leur inscription en gardant le tarif ADSP doivent régler selon le tarif ADSP.
 - ✓ La mise en place de tables rondes ouvertes aux fournisseurs est une bonne initiative. Il faut poursuivre dans cette direction et ouvrir le plus possible les débats et les échanges à un public non ADSP.

- AG ADSP de 2014 :
 - ✓ L'Afmont souhaite que les AG de l'ADSP et de DSF se tiennent en même temps.
 - ✓ L'Afmont va se rapprocher de DSF afin de favoriser cette collaboration.
 - ✓ Si le coût est trop élevé pour l'ADSP, nous pouvons envisager de faire les deux AG aux mêmes dates mais dans un lieu différent et très proche afin de permettre aux exposants de basculer d'une AG à l'autre. Cela semblerait être un bon compromis. Vérifier la faisabilité.

- Communication :
 - ✓ L'ADSP doit amplifier sa communication vers l'extérieur.
 - ✓ Il faut maintenir les parutions de « La Lettre des Pistes ». Les adhérents de l'Afmont sont encouragés à soutenir et à participer à cette Lettre.
- Financement :
 - ✓ Suggestions de sources de financement : vente de pub dans l'agenda ADSP, activités payantes en parallèle de l'AG, pub dans « La Lettre des Pistes, etc... Une proposition est en cours auprès des Mairies.

3.3 Commission été (E. Bouchet)

Commission été



Origine de la Norme NF 52-110

- En 2010, une norme expérimentale relative à l'aménagement des pistes de descente VTT est rédigée sans que les aménageurs ne soient associés
- Les sociétés ALTERESPACES, BIKE SOLUTIONS, MOUNTAIN CONCEPT, et E2S COMPANY, se regroupent sous l'égide de l'AFMONT et « s'invitent à la Commission AFNOR », grâce au soutien financier de l'AFMONT
- Après 8 réunions durant lesquelles les membres de la commission estivale ont su parler d'une seule voix, les modifications demandées par les aménageurs sont acceptées
- La norme NF 52 – 110 sort au printemps 2013



1 AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Commission été



Diversification

- L'été, ce n'est pas seulement le VTT
- La commission estivale est à la disposition des adhérents pour toute action, réflexion, réunion, en lien avec des activités de diversification







19 AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Mountain Bikers Foundation



- En 2013, la collaboration entre les membres de la commission estivale se poursuit avec l'étude d'une demande émanant de Mountain Bikers Foundation
- Mountain Bikers Foundation est un regroupement des acteurs du VTT pour la défense de cette discipline pour :
 - défendre l'accès à la Nature libre et gratuit pour tous,
 - sensibiliser la communauté vététiste aux impacts sociaux et environnementaux de notre pratique
 - promouvoir cette activité à travers toute action visant à son développement durable et lien avec toutes les composantes de la communauté VTT
- Plutôt que de s'engager de manière divisée, les 4 sociétés précitées souhaitent s'engager sous l'égide de l'AFMONT
- Si le bureau accepte cette proposition, la participation financière des quatre sociétés passerait par l'AFMONT, puis serait intégralement refacturée aux quatre sociétés



3.4 Site internet (M. Rougeaux)

- Les statistiques de fréquentation sont à venir.
- Les membres de l'Afmont qui n'ont pas encore complété la fiche permettant d'apparaître sur le site sont invités à le faire (actuellement 51 fiches complétées pour 75 adhérents).
- Il n'y a pas d'accès direct au back office du site : les modifications éventuelles doivent passer par l'Afmont.

Site internet

Vocation du site afmont.fr

Visibilité

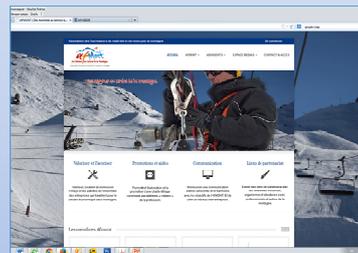
- Un site vitrine pour donner de la visibilité à l'Afmont et pour informer nos partenaires institutionnels

Documentation

- Une base documentaire avec les CR de réunions et d'AG à l'usage exclusif des membres de l'Afmont et inscrits sur le site

Informations & contacts

- Un répertoire des entreprises adhérentes à l'Afmont accessible à tous les visiteurs
- Les actualités de l'association et son calendrier



Données de fréquentation

Trafic (période courante, 4^{ème} trimestre 2013, 5 semaines)

- Visites (1) : 1 418 visites / semaine (moyenne) – Sujet à caution
- Zone géographique / pays (2&3) : Europe et Amérique du Nord – Sujet à caution



23

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Annuaire membres

Les fiches membres

- Devenir membre : un lien unique pour faire une demande via le site web
<http://www.afmont.fr/devenir-membre/>
- Compléter la fiche membre : les informations relatives aux nombreux membres après acceptation d'adhésion via le formulaire spécifique sont envoyées par info@afmont.fr
- Edition des fiches membres : les adhérents ne sont pas autonomes pour modifier leur fiche!
- Envoyer les demandes de modification à info@afmont.fr

50 fiches membres complétées à ce jour!!

N'hésitez pas à envoyer vos demandes!!

24

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

3.5 Anticiper c'est gagner (P. Gd Eury)

- DSF est d'accord pour travailler avec l'Amont à ce sujet. Nous devons leur proposer un projet construit et élaboré.
- Mise en place d'une commission afin de préparer le plan d'action. Les volontaires sont les bienvenus.
- Proposition : utiliser le site internet et la fonction « forum » pour échanger à ce sujet.
- Attention : si l'Afmont mène une enquête sur ce sujet, elle doit le faire via un intranet pour ne pas être pointée du doigt par la DGCCRF.
- Une petite dizaine de volontaires se proposent de participer à cette commission dont la première réunion aura lieu le 27 novembre.

Origine de l'idée

- Réflexion de Christian Montaz
- Discussion en Bureau AFMONT en 2013
- Création d'une Commission dédiée

26

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Constat et enjeux

- Plus on commande tôt, plus le prix peut être étudié à la baisse
- Plus on commande tôt plus la construction est réalisée en qualité
- Plus on commande tôt plus la construction est réalisée en sécurité

Nombre d'adhérents vivent chaque année ces situations

Quelles sont les clés pour améliorer la situation

- ***chez nos clients ?***
- ***chez nous-mêmes ?***

27

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Pourquoi une commission

- Cette situation n'est peut-être pas une fatalité
- Il y a de nombreux métiers représentés
- Les problématiques sont très diverses
- En équipe on est plus forts

28

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

Mode opératoire proposé

- Etat des lieux des situations vécues vues côté fournisseur et côté client (travail collaboratif avec DSF ?)
 - Enjeux économiques
 - Enjeux de Qualité
 - Enjeux de Sécurité
- Evaluation des impacts si Anticipation réussie (travail collaboratif)
 - Pour le fournisseur
 - Pour le client
 - Pour le personnel concerné
- Actions auprès des donneurs d'ordres ou de leur autorité de tutelle (sensibilisation, processus particulier, travail en commun...)
- Actions au sein de nos entreprises (nouveaux processus, organisation, communication...)

29

AG de Strasbourg, 6 novembre 2013

3.6 Questions diverses

- Retour de l'avocat fiscaliste concernant les questions autour de la taxe prélevée à la source par l'Andorre sur les prestations de services et de leasing :
 - ✓ Cette taxe n'est pas illégale
 - ✓ Elle peut être déduite des résultats
 - ✓ Les frais de port, frais de douane et frais kilométriques ne peuvent pas être soumis à cette taxe
 - ✓ La taxe est applicable même si les prestations sont effectuées sur le sol français
 - ✓ La convention de double imposition permettrait de récupérer cette taxe en France mais elle n'est toujours pas votée. Les politiques sont les seuls à pouvoir faire avancer le dossier.
 - ✓ Conséquence : un certain nombre de prestataires ont augmenté leurs tarifs de 5% avec l'accord de leurs clients pour compenser le manque à gagner généré par cette taxe.

- ✓ Appui par l'AFMONT de la motion de DSF concernant les modifications du calendrier scolaire présenté en séance plénière de l'AG.

Résolution 3 : Le bilan moral est mis au vote et est adopté à l'unanimité.

4. ELECTION DU BUREAU

Les mandats sont de trois ans.

Mr Micol de la Caisse d'Epargne des Alpes et élu en remplacement de Monsieur Mittelberger de Montagne Expansion.

Les mandats de Petzl (Bruno Lambert), Yamaha (Joël Chavat), EDF (Damien Notin), Abest (Christian Excoffon) ont été renouvelés.

5. CLUSTER MONTAGNE (B. Robert Directeur et N. Saint Marcel Directrice adjointe)

6. FRANCE MONTAGNE

Voir le powerpoint joint

7. MOUNTAIN PLANET (R.A. Decolasse)

- Présentation de l'édition 2014 et retour sur la réunion Afmont / Alpexpo de la semaine dernière :
 - ✓ Alpexpo a fourni un certain nombre d'éléments pour justifier les augmentations de l'édition 2014 (cf compte-rendu).
 - ✓ L'Afmont a demandé à ce que les tarifs du salon n'augmentent plus pendant 6 ans.
 - ✓ Alpexpo a confirmé que tous les exposants payaient leur stand.
 - ✓ L'Afmont rappelle que chaque exposant peut négocier son emplacement et ses prestations de façon individuelle.
 - ✓ Partenariat avec le Cluster Montagne : le cluster est missionné par Alpexpo pour faire venir des décideurs internationaux ciblés dans le cadre d'un programme intégrant le salon, des visites en station, etc... Les frais logistiques hors billet d'avion (accueil, liaisons aéroports / hôtels, transports sur place, etc...) seront pris en charge sur justificatifs par Mountain Planet à hauteur de 50 000 € maxi.

Le véritable enjeu de Mountain Planet est la fréquentation internationale, seule alternative à la pérennité du salon, en particulier pour les grands groupes.

8. INTERVENTION DE P. LESTAS POUR DSF