

MATTERHORN REGION AG

# UNE VISION COMMUNE POUR LA COMMERCIALISATION DE LA RÉGION

En Valais, plusieurs partenaires régionaux mutualisent leurs compétences pour attirer des touristes potentiels en provenance d'Asie et d'Amérique du Nord.

Damian Constantin, directeur de Valais/Wallis Promotion

Pour générer de la valeur ajoutée durable et promouvoir ainsi le développement positif de toute une région, une bonne compréhension du système s'avère nécessaire. Tous les acteurs – sans se limiter à ceux du secteur touristique –, interconnectés et interdépendants, doivent imaginer une vision commune et définir les responsabilités qui en découlent. Car, en fin de compte, les clients attendent une expérience holistique et cohérente intégrant l'ensemble des services.

Mutualiser les compétences des différents partenaires au sein d'une organisation unique constitue justement l'élément central de Matterhorn Region AG (MRAG). MRAG est une organisation de commercialisation et de vente dont l'objectif est de traiter collectivement les marchés lointains d'Asie et d'Amérique du Nord. L'initiative est née à la suite d'un voyage d'affaires en Amérique du Nord qui a montré que l'approche purement promotionnelle adoptée jusqu'alors dans ces marchés n'était pas suffisamment efficace pour générer de la valeur ajoutée.

## PANORAMA

### Atout

Outre la mutualisation des moyens, la nouvelle organisation MRAG promet une utilisation optimale des compétences clés des partenaires ainsi que des synergies entre eux.

### Contact

Matterhorn Region AG  
027 327 35 65  
damian.constantin@valais.ch  
www.matterhornregion.ch



L'organisation Matterhorn Region AG vise avant tout les marchés asiatiques et nord-américains.

En collaboration avec Matterhorn Gotthard Bahn (MGBahn), qui disposait déjà d'un produit et d'une structure de vente pour les marchés lointains, un business plan a été élaboré dans le but d'unir les compétences promotionnelles de Valais/Wallis Promotion aux compétences de vente de MGBahn. Il était impératif qu'un nombre suffisant de destinations valaisannes s'engagent dans ce projet afin que la mise en œuvre du business plan fonctionne. Parmi les conditions essentielles que ces dernières doivent respecter figurent la disponibilité des produits ainsi que des prix adéquats.

## UNE APPROCHE PROMETTEUSE

MRAG a finalement vu le jour en 2017, sans la création d'une structure supplémentaire. Les diverses compétences des huit partenaires ont été regroupées dans le cadre de conventions de prestations, et axées sur le démarchage des marchés lointains. Pendant la phase de développement, le principal défi a été de susciter l'enthousiasme des partenaires potentiels pour une vision commune et de les inciter à s'engager contractuellement. Au cours de la phase de mise en œuvre, la disponibilité des produits a représenté une difficulté particulière. La gestion des

produits axée sur la vente diffère en effet considérablement de l'approche promotionnelle classique adoptée par de nombreuses destinations.

Et les premiers résultats s'avèrent prometteurs: un peu plus d'un an et demi après le début des opérations, MRAG a réalisé un chiffre d'affaires de 1,12 million de francs. Grâce notamment à l'introduction du marché numérique du Valais, destiné au secteur B2B et soutenu par Innotour, MRAG devrait atteindre facilement son objectif de 2 millions de francs de chiffre d'affaires en 2019.



LES COMPÉTENCES DES HUIT PARTENAIRES ONT ÉTÉ REGROUPÉES POUR CONQUÉRIR LES MARCHÉS LOINTAINS.

Damian Constantin,  
directeur de Valais/Wallis Promotion