

ASSOCIATION VALLOIRE RESERVATIONS

COMPTE RENDU DES DELIBERATIONS

DE L'ASSEMBLEE GENERALE du 3 JANVIER 2024

Lieu et heure de convocation : Salle du Galibier à 20h00

Sont présents parmi les membres du bureau :

M. Paul André Magnin, président, représentant des meublés

M. Samuel Charlet, trésorier et représentant des meublés

M. Philippe Mouret, vice-président, représentant des meublés

M. Michel Rapin, représentant des meublés

Mme Elizabeth Rambaud, secrétaire, représentante des agences immobilières

M. Jean Marie MARTIN (PDG de la SEM Valloire), représentant de la SEM Valloire (remontées mécaniques)

Sont absents :

Mme Odile Martin, représentante des hôtels

M. Jean Pierre ROUGEAUX (Maire de Valloire), représentant de la municipalité

Sont également présents :

M. Thierry DURAND, Directeur de Valloire Réservations SAS

Avant de délibérer sur les questions portées à l'ordre du jour, une feuille de présence circule pour signature des adhérents présents à la convocation. Sont présents : 22 membres. Sont représentés : 59 membres.

Mot de Bienvenue du Président :

M. Paul André Magnin remercie l'ensemble des propriétaires présents ce soir. Après un mot de bienvenue évoquant notamment les 33 années d'existence de Valloire Réservations, M. Paul André Magnin énonce l'ordre du jour :

1 - Présentation de l'exercice 2022/23

- Evolution de Valloire Réservations en chiffres

- Remplissage hiver 2022/23, été 2023 et remplissage provisoire hiver 2023/24

- Mise en ligne du nouveau site valloire.com

2 - Présentation des comptes de l'Association Valloire Réservations et affectation des éventuels résultats.

3 - Présentation pour information des comptes de la SAS Valloire Réservations

4 - Election de 3 membres du Conseil d'Administration

5 - Questions diverses

M. Durand, Directeur de Valloire Réservations, poursuit la séance et remercie les propriétaires venus assister à l'assemblée générale. Une présentation sur Power Point permet d'illustrer le contenu de la séance qui suit.

BILAN MORAL

LES CHIFFRES CLES DE VALLOIRE RESERVATIONS

Nombre d'adhérents (graphique) :

Comme pour toute association, le nombre d'adhérents est un élément important pour évaluer sa santé. Nous avons, grâce au graphique présenté, une vue à long terme depuis 2017. De 448 adhérents en 2017, nous atteignons 486 adhérents en 2022, 494 adhérents en 2023. Le nombre d'adhérents continue de progresser avec quelques sortants bien sûr mais avec un nombre plus important d'entrants. Par conséquent, du point de vue des adhérents, l'association se porte bien.

Nombre de meublés actifs (graphique) :

Le nombre de meublés actifs correspond aux appartements et chalets que nous avons réellement en location pour l'hiver et l'été.

Nous restons à peu près stables par rapport à 2022 : **644 meublés en 2023 contre 655 meublés en 2022.**

Comme en 2022, la part des meublés de propriétaires est majoritaire. Nous connaissons de nouveau un record avec les propriétaires particuliers : 550 lots en 2023 contre 526 en 2022.

Par contre, le stock des biens en provenance des agences immobilières accuse une forte baisse : 70 lots en 2023 contre 98 en 2022

Le stock des biens de résidences de tourisme reste stable (24 lots en 2023 contre 25 en 2022). C'est un petit stock comparé aux 650 meublés du panel. Et cela représente peu également en termes de volume de réservations. Mais les lots de résidence de tourisme ne

sont pas prioritaires dans nos objectifs de commercialisation. L'essentiel est de pouvoir proposer une offre diversifiée à nos clients. Il convient de retenir ici que notre offre de meublés de propriétaires particuliers, qui est notre ADN, continue de progresser.

Nombre de contrats et volume d'affaires (graphique) :

Le volume d'affaires de l'exercice 2022/2023 correspond aux transactions de l'hiver 2022/2023 et de l'été 2023. Il correspond de façon plus explicite au cumul des réservations de meublés mais aussi des ventes de prestations (forfaits de ski, cours de ski, location de matériel, repas traiteur, linge de lit, activités...)

Le graphique présente une évolution sur 10 ans :

En 2012/2023, le volume d'affaires s'élève à 3 687 000 €. Il poursuit une progression constante jusqu'en 2018/2019 en atteignant un montant 5 722 000 € puis chute brutalement en 2020/2021, l'année Covid.

Après un exercice 2020/2021 catastrophique (- 65 % par rapport à 2019/2020 et un montant de 1 890 000 €), nous réalisons un volume d'affaire record en 2021/2022 : 7 211 000 €, soit le meilleur chiffre jamais réalisé.

Nous avons très peu de visibilité et de certitudes sur l'année 2022/2023, suite à la crise sanitaire et les autres crises survenues dans le monde. Mais nous constatons avec soulagement que nous atteignons encore **des chiffres extrêmement élevés sur l'exercice 2022/2023 : 6 806 000 €.**

C'est un chiffre en légère baisse par rapport au rebond de 2021/2022. Mais 2021/2022 restera une année hors du commun, qu'on ne reverra peut-être jamais et principalement liée au fait que personne (ou peu de monde) n'avait pu partir en vacances en 2020/2021.

M. Durand entre un peu plus en détail dans la composition de ce volume d'affaires (voir graphique) :

- La courbe de couleur orange foncé représente le nombre de contrats réalisés

- La courbe de couleur orange plus clair représente chiffre d'affaires réalisé

Nous constatons que les 2 courbes se sont croisées en 2016/2017 et que depuis elles ne font que s'écarter : c'est le signe que le panier moyen ou le montant moyen de chaque contrat ne fait qu'augmenter. Le panier moyen est représenté sur le graphique par la courbe de couleur verte.

A l'exception de l'année 2020/2021 (crise sanitaire : prix bas et impossibilité de proposer des packages), le montant du panier moyen augmente d'année en année de façon continue, à un rythme plus soutenu que l'inflation.

M. Durand donne plusieurs explications à ce phénomène :

- Nous nous sommes améliorés sur les packages et nous packageons mieux
- Notre offre d'hébergement est montée en gamme
- L'inflation : les prix moyens ont augmenté

Au final, nous obtenons un panier moyen qui s'élève à 1436 € pour cet exercice (contre 1339 € en 2021/2022)

REPLISSAGES 2022/2023

Remplissage définitif des meublés Hiver 2022/2023

Les chiffres du tableau sont présentés en comparaison avec l'hiver 2021/2022 :

- Période Noël/jour de l'an : + 6.8 %
- Mois de janvier : + 9.1 %
- Mois de février : - 12.4 %
- Mois de mars : - 17.7 %
- Mois d'avril : - 67 %

Le remplissage définitif de la saison d'hiver est de **4051 réservations** soit une baisse de 10.54 % par rapport à l'hiver 2021/2022. Il faut ici se rappeler que l'hiver 2021/2022 reste, comme expliqué plus haut, un hiver exceptionnel post crise sanitaire. Le tableau présenté donne aussi les remplissages de l'hiver 2019/2020 et permet de prendre du recul.

M. Durand reprend en détail le remplissage de l'hiver 2022/2023 :

- Vacances de Noël/jour de l'an (17/12 au 24/12 et 24/12 au 31/12) : nous n'étions pas sur un scénario optimal pour ces vacances scolaires françaises en raison des réveillons des 24 et 31 décembre tombant sur un samedi d'arrivée et de départ. D'où des remplissages mitigés sur ces deux semaines : 57% pour la semaine du 17/12 et 79% pour la semaine du 24/12
- Fait exceptionnel en revanche sur ce début de saison : la semaine du 31/12 au 07/01/23 suivant les vacances françaises (soit la 1^{ère} semaine de janvier) réunissait les vacances de quasiment tous les pays européens (hors France) : Belgique, Pays-Bas, Grande Bretagne, Allemagne... Ce calendrier favorable nous a permis de réaliser une très grosse semaine avec 344 réservations et un taux de remplissage de 88%.
- La suite de l'intersaison de janvier avec 4 semaines est assez classique avec cependant une montée en régime sur les 2 dernières semaines (autour de 80 % de remplissage). Nous obtenons globalement un bon mois de janvier avec une progression de 9% boostée par la semaine 31/12 (vacances scolaires étrangères)
- Concernant les 4 semaines de vacances scolaires de février : le remplissage de la 1^{ère} semaine du 4 au 11 février correspondant à la zone A est catastrophique : 62 % (plus bas que certaines semaines de janvier). Ce n'était jamais arrivé et cela est dû au zonage scolaire. La zone A qui inclut notamment notre région Auvergne Rhône Alpes est une zone très faible en termes de

potentiel de remplissage. Ce qui s'est produit ici à Valloire Réservations s'est également produit dans tout Valloire et dans l'ensemble des stations de ski. Nous avons pourtant anticipé la faiblesse de cette semaine en appliquant un tarif 10% en dessous du prix des autres semaines, en mettant en place une promo très tôt mais la politique tarifaire n'a eu ici aucun impact sur le remplissage. Heureusement, les 3 semaines suivantes se sont très bien remplies (de 98% à 100%). Nous réalisons même un record en termes de réservations sur la dernière semaine du 25/02 : 416 contrats. Même avec un taux de remplissage de 98%, c'est la semaine qui, en valeur absolue, fait le plus de contrats. Cela s'explique par le fait que les propriétaires nous ont laissé beaucoup plus de disponibilités sur cette semaine. Malgré les excellents résultats des 3 dernières semaines, le mois de février reste globalement très mitigé (-12%) car plombé par la 1ère semaine.

- Le mois de mars a plutôt bien démarré sur les 2 premières semaines avec des remplissages respectifs de 89% et 65%. On note également que la 3^{ème} semaine se maintient à peu près avec 38%. C'est à partir de la 4^{ème} semaine que cela se complique. Traditionnellement basse, la semaine du 25/03 l'est encore plus : 15% (68 réservations).
- Les deux dernières semaines de la saison correspondent aux vacances de pâques (Zone A de nouveau en 1^{er}) et confirment une fin de saison difficile. Malgré la mise en place d'opérations et de promos, la baisse amorcée fin mars se poursuit jusqu'à la fin des vacances scolaires. Nous avons par ailleurs perdu sur la dernière semaine (8 au 15 avril) notre important potentiel de clients belges wallons, leurs congés scolaires ayant été décalés au mois de mai.

Nous terminons l'hiver avec un peu plus de 4000 réservations et une baisse de 10% sur le nombre de contrats par rapport à l'hiver 2021/2022, lequel devrait un hiver de référence. En revanche, le volume d'affaires, bien que moins élevé que celui de l'hiver précédent, ne connaît pas la même courbe décroissante que le nombre de réservations car, comme expliqué précédemment, nous sommes sur des paniers moyens plus élevés.

Remplissage définitif des meublés Eté 2023 :

Les chiffres du tableau sont présentés en comparaison avec l'été 2022 :

- Mois de juin : - 37 %
- Juillet : - 24 %
- Août : - 15 %

- Pour le mois de juin : 43 réservations contre 68 en 2022.
- Pour juillet : en 2022, nous avons le passage du tour de France d'où l'explication d'un pic de réservations que l'on ne retrouve pas en 2023. Généralement, le tour de France impacte beaucoup la fréquentation du mois de juillet
- Pour août : en dehors de la dernière semaine (foire du tout-terrain), les autres semaines sont en baisse notamment les 2 premières semaines d'août

L'été 2023 accuse une baisse importante : **-17% par rapport à l'été 2022** (708 réservations contre 853 en 2022 et 807 en 2021). Le remplissage de la saison estivale suscite énormément de questionnement. Nous l'évoquerons plus loin et nous vous parlerons d'une idée pour pousser l'été.

Remplissage provisoire HIVER 2023/2024 :

Tableau de remplissage provisoire :

- Vacances scolaires de Noël/Nouvel an : + 22.7 %
- Janvier : - 6.7 %
- Vacances scolaires de février : + 1.2 %
- Mars : - 21.2 %
- Avril (1 semaine) : - 46.2 % (pas de vacances Belges, zone C en premier à Pâques)

L'évolution est de **-2.94%** à date par rapport à l'hiver 2022/2023 (point statistique effectué au 28/12/23)

Nous connaissons un très joli démarrage de saison avec un taux de remplissage de 95% pour la semaine de Noël contre 57% en 2022/2023. Le taux de remplissage est également de 95 % pour la semaine de nouvel an. Le nouvel an, contrairement à l'hiver précédent, concentre cette année les vacances scolaires de plusieurs pays européens : France, Belgique, Grande Bretagne, Allemagne...

Le mois de janvier rencontre une baisse mais cela est dû au fait que nous ayons 5 semaines d'intervalle cette année contre 4 en 2023 et, qu'en 2023, la 1^{ère} semaine de janvier avait fait le plein avec plusieurs pays européens en vacances. Si l'on tient compte de l'absence de vacances scolaires, nous réalisons un bon mois de janvier.

Concernant les 4 semaines de Février : à ce jour, nous avons encore de la disponibilité sur les 4 semaines. A date égale, nous sommes à +1% par rapport à l'hiver précédent. Nous pensons pouvoir progresser encore fortement car nous avons des semaines avec du potentiel.

Mars (4 semaines d'inter vacances) / Avril (1 semaine de vacances) : nous sommes un peu plus inquiets sur la fin de saison. À date, les remplissages sont encore moins bons que ceux de l'année dernière. Pour exemple, la 1^{ère} semaine de mars compte 183 réservations

contre 214 l'année dernière. Et ce n'est hélas pas mieux pour les semaines suivantes. Les vacances de pâques accueillent cette année la zone C contre la zone A l'hiver d'avant et nous sommes pourtant en dessous des chiffres de l'année précédente.

Nous nous posons de sérieuses questions sur le potentiel de ski à pâques. Toutes les stations se posent cette question. Au niveau de Valloire, nous essayons de mettre en place une dynamique. Plusieurs réunions réunissant les socio professionnels de la station ont déjà été organisées afin de trouver des idées pour dynamiser cette fin de saison et créer de l'envie de venir skier à Pâques. Au vu des dernières années, il ne s'agit pas d'un problème d'enneigement. C'est juste que les clients ne sont plus là.

Pour l'ensemble de cette saison en cours, nous sommes à ce jour à presque - 3 % par rapport à 2022/23. Nous observons une évolution marquante dans la dynamique des réservations : les réservations arrivent de plus en plus tôt et ce, avant même le mois de septembre. Beaucoup de réservations se font dans l'été. Elles s'arrêtent plus tôt aussi. Nous devons nous adapter à cette nouvelle dynamique et suivre les tendances de nos clients. C'est pourquoi, nous vous transmettons les calendriers de disponibilités de plus en plus tôt et nous allons continuer ainsi car nos clients nous le demandent.

Calendrier hiver 2024/2025 :

Il présente des similitudes avec le calendrier de l'hiver en cours (2023/2024), avec une configuration favorable pour les fêtes de fin d'année puisqu'elles tombent en milieu de semaine et que l'ensemble des pays européens seront en vacances en même temps. Les vacances de Noël seront de nouveau suivies par 5 semaines d'inter vacances. Nous débuterons les vacances de février par la zone la plus forte (zone B), suivie des Zones B et C. La zone la moins prometteuse (zone A) clôturera ces vacances. Elle sera toutefois jumelée avec la région Wallonne de la Belgique laquelle représente un bon potentiel de clients pour nous. Enfin, la saison se poursuivra sur 4 semaines d'inter vacances en mars comme cette année et, cette fois, la zone B du 5 au 12 avril 2025 pour les vacances de pâques, cette zone étant en théorie une zone forte malgré nos doutes sur la fréquentation de fin de saison.

Question : Concernant l'évolution du parc et la part agences immobilières en baisse par rapport à la part des propriétaires particuliers : est-ce que cela a une influence sur la fréquentation, sur l'attractivité ?

Réponse de M. Durand : les 2 parcs sont similaires en termes de contenu de biens. Cela n'a donc pas d'influence sur la fréquentation et le fait que l'hiver soit globalement en baisse. M. Durand précise que la baisse de la part des agences immobilières est liée à des problèmes techniques que nous sommes en train de résoudre.

La même question est posée mais pour la part des résidences de tourisme par rapport à la part des propriétaires particuliers : cela n'a pas d'impact non plus sur la fréquentation. Nous avons la main sur les stocks des appartements de résidence de tourisme et décidons de ne pas en avoir plus en réservation.

LE PROJET SWIKLY

Le projet Swikly consiste à proposer sans surcoût à nos propriétaires particuliers adhérents un système de dépôt de garantie en ligne sécurisé. M. Durand revient sur ce projet dont la mise en place devait se faire pour cette saison d'hiver 2023/2024. Malheureusement, une difficulté d'ordre technique nous a contraints à en reporter la mise en place effective.

Voici le principe de ce projet présenté à nos propriétaires dans le courant de l'automne 2023 :

Swikly permet d'envoyer au client, 2 semaines avant son arrivée, une demande de caution grâce à un numéro de carte bancaire qu'il renseigne sur une plateforme sécurisée. Le montant de la caution n'est pas débité mais le montant est bien garanti et peut-être retenu à la demande du propriétaire. Grâce à un interfaçage avec notre logiciel Arkiane, ce processus de demande de caution est automatisé pour toutes les réservations effectuées par Valloire Réservations pour lesquelles nous disposons de l'email du client.

La difficulté rencontrée dans la mise en place du projet :

C'est au moment du développement de l'interfaçage dans le courant de l'automne 2023 que nos informaticiens se sont rendu compte d'une difficulté majeure qu'ils n'avaient pas anticipée :

Le logiciel Arkiane équipe à l'origine des agences immobilières. Or, une agence est un interlocuteur unique pour l'ensemble de son parc immobilier. La complexité avec Valloire Réservations est qu'il y a un propriétaire différent en face de chaque bien loué. De plus, une agence immobilière est autorisée à porter légalement des cautions ce qui n'est pas le cas de Valloire Réservations. Dans le projet Swikly, c'est donc aux propriétaires de la centrale de porter les cautions. C'est justement cette difficulté qu'Arkiane avait sous-estimée : **l'interfaçage de chaque sous-compte propriétaire inscrit dans Swikly avec un compte maître qui est Valloire Réservations.**

Où en est l'évolution du projet à ce jour ?

Arkiane poursuit à ce jour le travail sur l'interfaçage avec des développements supplémentaires, des modifications structurantes à l'intérieur du logiciel impactant l'ensemble de leurs clients et pas que Valloire Réservations. Un point est programmé dans 2 semaines pour une éventuelle mise en service de Swikly à partir de l'été 2024.

Question : s'il s'agit d'un gros développement, qui va en porter le coût ?

Réponse de M. Durand : Arkiane a sous-estimé la charge de travail, nous avons une facturation en cours de quelques milliers d'euros. Maintenant, cela va sûrement coûter un peu plus cher. C'est ce sur quoi vont porter nos prochaines discussions. L'idée étant de partager et de faire un effort chacun de son côté.

Question : Ce développement supplémentaire va-t-il profiter à d'autres clients d'Arkiane ?

Réponse de M. Durand : Non, car nous sommes un modèle unique pour Arkiane comme expliqué plus haut, ils n'ont pas d'autres clients comme nous. Nous sommes les seuls à fonctionner avec un propriétaire par caution. Il n'y a pas d'autres centrales de réservation chez eux. Nous avons vraiment une spécificité. Pour rappel, nous travaillons avec 2 logiciels :

- Ingénie : notre outil de vente en ligne qui crée les packages
- Arkiane : notre back office pour la partie immobilière qui gère les paiements des propriétaires, notre comptabilité...

Question : Comment sera financé Swikly ?

Réponse de M. Durand : Swikly prend un % sur chaque caution sécurisée, mais c'est Valloire Réservations qui le financera.

NOUVEAU SITE VALLOIRE.COM

Le projet présenté l'année dernière en Assemblée Générale est désormais visible depuis cet automne.

Ce projet représente l'évolution simultanée des 2 principaux sites de vente en ligne de la station sur un portail commun (valloire.com) : Valloire Réservations (hébergements et séjours packagés) et la Sem Valloire (vente de forfaits). Il comprend 3 phases :

- 1) Une refonte graphique commune aux 2 entités
- 2) La mise en place d'un nouveau SQL : en résumé simplifié, c'est la « machine » qui fait tourner le site, qui permet d'avoir une expérience client de meilleure qualité car la navigation est plus rapide. Et qui dit navigation plus rapide dit un moteur de recherche google plus satisfait et quand l'algorithme de google est plus satisfait, le site est bien référencé.
- 3) L'amélioration du cross-selling : c'est-à-dire toutes les ventes de prestations et services annexes à l'hébergement car, ce qui fait notre valeur ajoutée, ce qui nous différencie de toutes les grosses plateformes (booking, air bnb, abritel...), c'est notre capacité à packager, à proposer du sur-mesure à nos clients.

Pour la refonte graphique, nous avons travaillé avec une jeune graphiste talentueuse qui nous a accompagné du début à la fin du projet. Pour illustrer ses propos, M. Durand fait défiler sur power point les éléments de la charte graphique. Cette graphiste nous a proposé des typographies simples et sobres. La sobriété et la simplicité sont le fil conducteur de cette nouvelle charte, l'objectif étant d'obtenir une expérience de réservation fluide, rapide, sur laquelle l'internaute n'a pas besoin de se poser de question quand il arrive au bout de sa réservation. La teinte principale utilisée pour le fond des pages est un blanc cassé plus original et plus apaisant qu'un blanc brut, l'idée étant d'obtenir un meilleur confort visuel à l'écran. Tous les éléments graphiques (pictogrammes, icônes...) ont été redessinés sur mesure pour nous dans un style épuré, simplifié. Deux teintes singulières, vives mais non criardes, ont été retenues pour distinguer les 2 saisons : bleu pour l'hiver, jaune pour l'été. M. Durand nous montre le résultat sur écran. Les tracés des contours sont en courbes avec une impression globale de douceur et d'harmonie. Rien n'est flashy. Certains éléments ont été simplifiés tels que les boutons switch hiver/été et Français/Anglais. Le site donne aussi la part belle aux visuels.

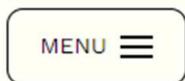
M. Durand attire notre attention sur 3 boutons importants situés en haut à droite de la page d'accueil : webcams, météo, pistes/activités. Ces 3 portes d'entrée occupent une place importante dans le site car elles génèrent un nombre de clics et de visites très important. Nous les avons retravaillées bien qu'elles ne soient pas intimement liées à la réservation. Nous les avons améliorées de façon à ce que l'internaute ne se contente pas juste de jeter un coup d'œil à la météo ou aux webcams en l'incitant à basculer vers une réservation de séjour ou l'achat d'un forfait.

M. Durand nous présente d'autres fonctionnalités : le bouton switch pour basculer sur le site de la Sem Valloire quand on veut simplement acheter un forfait, le Burger menu qui est l'interface de navigation. Il nous montre la version de la Sem Valloire laquelle, sans être le jumeau de la centrale, reprend bien les codes couleurs, les typos et d'autres éléments graphiques et conforte l'idée que nous sommes bien sur des sites communs.

L'une des nouveautés par rapport à l'ancien site est la mise en valeur des activités qui sont visibles désormais de la page d'accueil. L'idée n'est pas de vendre plus d'activités mais d'indiquer au client qu'il va pouvoir packager son séjour sur mesure ou tout simplement pouvoir profiter sur place à son arrivée de toutes ces activités !

Autre élément important : la page d'accueil présente, quand on la fait défiler vers le bas, plusieurs thématiques sous forme de mosaïques (promotions, activités, hébergement) sans jamais perdre de vue le moteur de recherche permettant d'accéder à la réservation. Le moteur est systématiquement présent et accessible quand on fait défiler verticalement la page. La page d'accueil contient également des éléments de texte très importants pour le référencement naturel du site. Les textes en question sont insérés dans des modules dépliés mais l'ensemble replié est visible par les moteurs de recherche, l'objectif étant ici d'être repéré par l'algorithme de google, plus que d'être lu par les internautes. M Durand présente d'autres éléments de la page d'accueil : les éléments

de réassurance, le contact, les réseaux sociaux, l'inscription à la newsletter et l'accès à l'espace hébergeur qui vous concerne. Votre espace hébergeur bascule vers le logiciel et la réservation Arkiane dont la charte graphique a également été synchronisée.



Concernant la navigation : M. Durand nous présente le **Burger menu** qui correspond à notre nouvelle interface de navigation. On y retrouve à l'intérieur les principaux menus (hébergements, promos/bons plans, activités/services, préparer mon séjour, contact) donnant accès à des sous-menus, avec la présence permanente du moteur de recherche « réserver mon séjour » car il ne faut pas perdre de vue que le site est destiné à de la vente de séjours.

Concernant le cross-selling, c'est-à-dire la vente de prestations annexes avec hébergement : nous en vendions beaucoup sur la version précédente mais nous avons le sentiment que les informations données étaient confuses. Notre graphiste nous a beaucoup aidés pour parvenir à une présentation plus claire. M. Durand présente le contenu d'un panier : à droite, l'hébergement sélectionné par le client, à gauche les prestations présentées par thématique sous forme de blocs dépliés : forfaits de ski, cours de ski, location de matériel, garderie, bien-être, activités, linge, repas... Nous avons retravaillé les présentations de ces prestations avec notamment des textes plus courts, plus concis. On obtient au final une expérience de navigation simplifiée et plus conviviale.

Concernant la présentation des activités : en dehors de la partie cross-selling (vente de prestations avec hébergement), on peut aussi rentrer par un menu spécifique pour voir l'ensemble des Activités et Services proposés. Nous avons retravaillé la présentation et les textes de chaque activité avec une trame identique pour permettre une compréhension plus facile : une photo, des critères d'information générale (durée, âge, thème...), un texte d'accroche personnalisé, un pavé contenant des infos détaillées sur l'activité, un pavé « plus d'info » contenant des infos pratiques. Même si notre ADN est la vente d'hébergement, notre valeur ajoutée par rapport à nos concurrents est notre capacité à associer à nos hébergements toutes ces activités et services. Non seulement nous essayons de les mettre en avant mais nous effectuons aussi un travail pour aller chercher d'autres prestataires, de nouvelles activités, proposer des choses qui soient innovantes (ex : sortie découverte des chauves-souris avec Thierry Dacko). Notre avantage est que nous sommes sur place, que nous connaissons les prestataires de Valloire, que nous arrivons à travailler avec eux ce qu'aucun concurrent tel que AirBnB malgré son énorme capacité financière n'est en mesure de faire.

Développements en cours sur la page d'accueil :

- Nous voudrions pousser davantage la saison d'été par la mise en place, dès la page d'accueil, d'entrées thématiques sur des offres de séjour avec des activités (séjour vélo, séjour culture, séjour sensations fortes, séjour nature...). Nous allons nous appuyer sur l'ensemble des prestataires avec lesquels nous travaillons, et ceux que nous allons aller chercher, pour « mettre en musique » des idées de séjour et susciter l'intérêt du client sur ce qu'il est possible de faire à Valloire l'été. L'objectif n'est pas de vendre plus d'activités mais de mettre en valeur ce potentiel d'activités pour vendre plus de séjours. Il nous semble que cela va nous permettre d'être différenciants par rapport aux grosses plateformes concurrentes et que cela peut-être une solution pour mieux vendre l'été. M. Durand précise que nous sommes d'ailleurs ouverts à toute idée qui permettrait de pousser la saison estivale.
- Réassurance des clients : nous interrogeons nos clients depuis de nombreuses années sur la satisfaction de nos clients. Il y a 2 types d'enquête de satisfaction :
 - 1) La satisfaction pour l'hébergement dont vous pouvez consulter les résultats sur votre annonce en ligne
 - 2) La satisfaction du service apporté par Valloire Réservations

C'est de la satisfaction du service apporté par Valloire Réservations dont nous parlons ici. Nous obtenons de très bonnes notes que nous souhaitons mettre en avant avec les avis des clients sur notre page d'accueil comme peut le faire le site d'Ekosport donné à titre d'exemple par M. Durand et de nombreux autres sites web de vente en ligne. Cela fait partie des éléments de réassurance destinés à mettre en confiance les clients. La finalisation de projet est prévue pour l'été 2024.

Question : Répond-on aux avis négatifs ?

Réponse de M. Durand : Oui, Valloire Réservations prend la main sur les réponses données au avis négatifs. Quand il s'agit d'un avis négatif sur un appartement, cela se fait en lien avec le propriétaire. Mais c'est Valloire Réservations qui rédige les réponses.

PROPOSITION D'INCITATION A UNE MISE EN LOCATION PRECOCE

Nous vous avons expliqué précédemment l'enjeu des demandes de réservations qui arrivent de plus en plus tôt. Nous essayons de faire en sorte de répondre à ces demandes précoces. Malheureusement, nous avons constaté cette année une remise plus tardive des disponibilités de nos propriétaires. Au 30/06/2022, nous avons 368 calendriers de disponibilités rendus contre 323 au 30/06/2023. En conséquence, malgré une ouverture des réservations d'hiver anticipée chaque année, nous perdons des réservations

par manque de stock disponible à un moment où la demande est forte. Nous avons mené plusieurs réflexions pour tenter de remédier à cette situation et voici ce que nous proposons pour inciter nos propriétaires à une mise en location de leurs biens plus précoce :

Notre proposition consiste à récompenser les propriétaires qui nous remettent leur calendrier de disponibilités :

- avant le 1er juillet

- avec au maximum 4 semaines d'occupation

La récompense correspond à un taux de commission réduit de 1%, soit 8% HT au lieu de 9% HT sur les réservations hiver

Question : quels sont les arguments en faveur du choix de la date du 1^{er} juillet ?

Réponse : La date du 1^{er} juillet peut sembler trop précoce mais, comme l'explique M. Paul André Magnin, les demandes de réservation se font dorénavant pratiquement un an à l'avance. De plus en plus de clients profitent d'être sur place à Valloire pour faire leur demande pour l'hiver suivant. Il faudrait donc presque que nous ayons les tarifs de l'hiver 2024/2025 un an à l'avance pour satisfaire la demande des clients. M. Durand explique par ailleurs, qu'au 1^{er} juillet 2023, nous avons rentré environ 30 à 40 % des calendriers et, qu'au 1^{er} septembre 2023, nous en avons rentré à peu près 80% et que c'est entre ces deux périodes que nous avons manqué de stock. M. Durand précise enfin, qu'après le 1^{er} juillet, le propriétaire est libre de continuer à louer de son côté. Nous ne souhaitons absolument pas brider nos propriétaires. Qu'ils bénéficient ou non du bonus des 1%, nous sommes là pour les aider. Les tarifs de l'hiver 2024/2025 devraient sortir début avril 2024.

Question : Quel sera l'impact financier d'une baisse de commission pour la centrale ?

Réponse : Cette proposition a bien entendu été murie en tenant compte du bilan financier et de la capacité financière de la centrale. M. Paul André Magnin rappelle que nous nous étions retrouvés en 2020/2021 dans une situation compliquée due à la pandémie. Nous avons alors demandé un effort à nos propriétaires en augmentant notre taux de commission de façon à sécuriser financièrement Valloire Réservations, à nous protéger contre d'éventuels gros pépins tels que celui du Covid. Les choses étant à peu près revenues dans l'ordre, il semble logique au conseil d'administration de proposer cette contrepartie à nos propriétaires. M. Durand propose que l'on parte sur cette proposition de bonus à compter des réservations de l'hiver 2024/2025 et qu'un 1^{er} bilan soit effectué lors de la prochaine AG.

LE PERSONNEL

M. Durand fait un point sur le personnel de Valloire Réservations. L'année 2023 a été marquée par le départ à la retraite de Catherine Viallet. Catherine était un des piliers de l'équipe depuis plus de 30 ans, elle était déjà présente lors de la création de l'association. Nous avons eu un second départ en 2023, celui de Myriam Rahmani (sur un poste d'agent de réservation) qui a quitté Valloire pour des raisons personnelles. Nous avons recruté une nouvelle personne à temps plein, Anaïs Rival, en remplacement du poste de Myriam. Nous avons une entrée à temps plein pour deux départs, l'un à temps plein, le second était à temps partiel. Nous faisons l'essai cet hiver et verrons à terme s'il ne s'avère pas nécessaire de créer un nouvel emploi pour compléter nos effectifs.

VOTE DU BILAN MORAL

Nous arrivons au terme du bilan moral. On procède aux votes du bilan moral de l'association.

Pas d'opposant, pas d'abstention.

Vote à l'unanimité des présents et représentés.

L'association est la structure porteuse de la SAS VALLOIRE RESERVATIONS. Toute l'activité précédemment présentée est dans la SAS et non dans l'association. Dans un 1^{er} temps, nous allons vous présenter maintenant les comptes de l'association que vous allez pouvoir voter. Dans un second temps, pour votre information, nous vous montrerons les comptes de la SAS, ceux-ci n'étant cependant pas soumis à un vote.

BILAN FINANCIER ASSOCIATION VALLOIRE RESERVATIONS

Le bilan financier de l'association VALLOIRE RESERVATIONS est présenté par M. Durand :

Synthèse l'activité	2022/2023	2021/2022
PRODUITS D'EXPLOITATION	12 411 €	12 748 €
CHARGES DE FONCTIONNEMENT	1 339 €	1 105 €
CHARGES DE PERSONNEL	0 €	0 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	11 072 €	11 643 €
RESULTAT FINANCIER	767 €	687 €
RESULTAT COURANT	11 839 €	12 330 €
RESULTAT EXCEPTIONNEL	0 €	0 €
RESULTAT DE L'EXERCICE	11 839 €	12 330 €

- ⇒ **Les produits** proviennent des cotisations annuelles dues par tous les propriétaires adhérents ainsi que des droits d'entrée réglés par les nouveaux propriétaires lors de leur inscription (droits non renouvelables).
- ⇒ **Les charges de fonctionnement** correspondent à des honoraires administratifs, des frais bancaires...

Lecture du résultat de l'exercice : + 11 839 €

Le résultat 2022/2023 est légèrement inférieur à celui de l'exercice précédent. Mais la différence est quasi insignifiante. A la date de clôture de l'exercice, nous avons des décalages dans des cotisations qui n'étaient pas encore encaissées, car nous avons réellement bien plus d'adhérents en 2022/2023 qu'en 2021/2022.

Lecture du bilan financier de l'exercice :

Total actif et passif au 31/10/2023 : 175 869 €

Fonds de roulement : 100 687 €

Trésorerie : 93 743 €

On procède aux votes du bilan financier de l'association.

Pas d'opposant, pas d'abstention.

Vote à l'unanimité des présents et représentés.

BILAN FINANCIER SAS VALLOIRE RESERVATIONS

Le bilan financier de la SAS VALLOIRE RESERVATIONS est présenté par M. Durand à titre informatif. Il ne fera pas l'objet d'un vote car nous sommes en AG de l'association, pas de la SAS.

SYNTHÈSE DE L'ACTIVITÉ

	2018/2019	2019/2020	2020/2021 (11 mois)	2021/2022	2022/2023
Chiffre d'affaires	555 273 €	514 648 €	239 761 €	802 546 €	727 837 €
Ventes + Production réelle	555 273 €	514 648 €	239 761 €	802 546 €	727 837 €
Marge globale	555 273 €	514 648 €	239 761 €	802 546 €	727 837 €
Charges de fonctionnement	187 300 €	173 925 €	121 457 €	187 057 €	172 666 €
Impôts et taxes	3 344 €	5 625 €	3 467 €	3 327 €	4 954 €
Charges de personnel	319 364 €	277 683 €	181 984 €	347 658 €	393 836 €
Dotations aux amortissements	17 036 €	11 682 €	8 825 €	5 283 €	1 043 €
Dotations aux provisions	0 €	0 €	13 861 €	0 €	3 734 €
Résultat d'exploitation	28 994 €	48 412 €	7 778 €	274 434 €	151 731 €
Résultat financier	4 279 €	2 517 €	154 €	286 €	17 588 €
Résultat courant	33 273 €	50 929 €	7 932 €	274 720 €	169 319 €
Résultat exceptionnel	104 €	-2 €	-6 360 €	10 686 €	-1 072 €
Résultat de l'exercice	33 377 €	44 200 €	1 572 €	239 601 €	130 434 €

La synthèse de l'activité est présentée, cette fois, sur 5 années depuis 2018/2019. Sans entrer dans les détails, M. Durand énumère les montants des résultats par année :

- 2018/2019 : 33 377 €
- 2019/2020 : 44 200 €
- 2020/2021 : 1572 €
- 2021/2022 : 239 601 €
- 2022/2023 : 130 434 €

Le résultat de l'année covid 2020/2021 (1572 €) correspond à un exercice volontairement raccourci et établi sur 11 mois au lieu de 12. Si nous l'avions maintenu sur 12 mois en incluant le mois d'octobre, nous aurions obtenu un résultat négatif, ce que nous ne souhaitons pas car nous prenons un risque vis-à-vis des sociétés qui nous cautionnent. Notre statut d'agence de voyages nous oblige à avoir une garantie financière pour pouvoir exercer notre activité. Et les sociétés de cautionnement regardent exclusivement l'aspect financier quand elles statuent sur l'octroi des garanties, ce pourquoi nous sommes toujours très prudents.

L'année 2021/2022 avait permis de sortir un très beau résultat de 239 601 €. Celui de 2022/2023 (130 434 €) est inférieur du fait d'une légère baisse en termes de chiffre d'affaires (727 837 € de CA en 2022/2023 contre 802 546 € 2021/2022). M. Durand précise que, chez nous, le chiffre d'affaires et la marge correspondent à la même chose. C'est une particularité des agences de voyage. Le chiffre d'affaires correspond aux commissions perçues sur nos transactions (à ne pas confondre avec le volume d'affaires qui, lui, correspond aux transactions).

Nos charges de fonctionnement ont légèrement baissé par rapport à 2021/2022 (172 666 € contre 187 057 €). Les charges de personnel ont augmenté : une augmentation due en grande partie aux indemnités de départ à la retraite de Catherine Viallet, également liée à l'évolution de Cathy Disserbo sur un statut de cadre et à un peu plus de temps de travail octroyé globalement à l'équipe. Le résultat d'exploitation atteint la somme de 151 731 € pour cet exercice.

Le résultat financier a par contre bien progressé puisque nous avons réussi à placer de l'argent l'année dernière et que les taux d'intérêt sont remontés (17 588 €). Le résultat final est de 130 434 € contre 239 601 € en 2021/2022.

Lecture du Bilan :

Total actif et passif au 30/09/2023 : 1 364 243 €

Capitaux propres : 609 337 €

Fonds de roulement : 604 284 €

Trésorerie : 1 276 216 €

La trésorerie au 30/09 se compose essentiellement de :

- 563 387 € d'acomptes reçus pour le compte des propriétaires sur l'hiver 2023/2024
- 609 337 € de capitaux propres : cela correspond à notre réserve, l'objectif étant d'avoir un an de fonctionnement que l'on souhaite préserver pour pallier à d'éventuels coups durs. L'idée n'est pas non plus de ne rien faire de ce capital mais de l'utiliser à bon escient sur des actions marketing, des actions de commercialisation visant à optimiser le nombre de réservations.

ELECTION de 3 membres du Conseil d'Administration

Le conseil d'administration se compose pour la part Hébergeurs :

- d'un représentant pour les agences immobilières
- d'un représentant pour les hôtels
- de 4 représentants pour les meublés

Tous les 2 ans, un tiers du conseil d'administration se renouvelle. Ce soir, chaque adhérent de l'association est invité à voter pour

Un représentant des agences immobilières :

Sortante : Elisabeth Rambaud (Rambaud Immobilier)

Deux représentants des meublés :

Sortants : Philippe Mouret / Samuel Charlet

Mme Elisabeth Rambaud (Rambaud Immobilier) se représente pour les agences immobilières

Messieurs Philippe Mouret et Samuel Charlet se représentent pour les meublés

M. Durand demande si d'autres candidats dans l'assemblée souhaitent se présenter pour l'un de ses deux collègues : il n'y a pas d'autres candidats

Les adhérents présents à l'assemblée générale autorisent un vote à main levée.

Le vote valide :

- L'élection de Mme Elisabeth Rambaud au titre de représentante des agences immobilières
- L'élection de M. Philippe Mouret au titre de représentant des meublés
- L'élection de M. Samuel Charlet au titre de représentant des meublés

Après un temps consacré aux questions diverses, M. Paul André Magnin annonce la fin de l'assemblée générale et invite les personnes présentes à partager un petit buffet.