

A scenic mountain landscape with two bikers in the foreground. The bikers, wearing helmets and backpacks, are standing on a grassy cliff edge, looking out over a vast valley. In the background, majestic snow-capped mountain peaks rise against a clear blue sky with a few wispy clouds. The overall tone is adventurous and scenic.

STRATÉGIE TOURISTIQUE VALAIS/WALLIS PROMOTION.

PRÉSENTATION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME
SIERRE, MERCREDI 7 OCTOBRE 2020.

LE VALAIS.



DES PAYSAGES DE MONTAGNE PRÉSERVÉS...



...DES PRODUITS DU TERROIR DE QUALITÉ

UNE NATURE INTACTE...



...UNE ABONDANCE DE SOLEIL.



Situation et accessibilité.

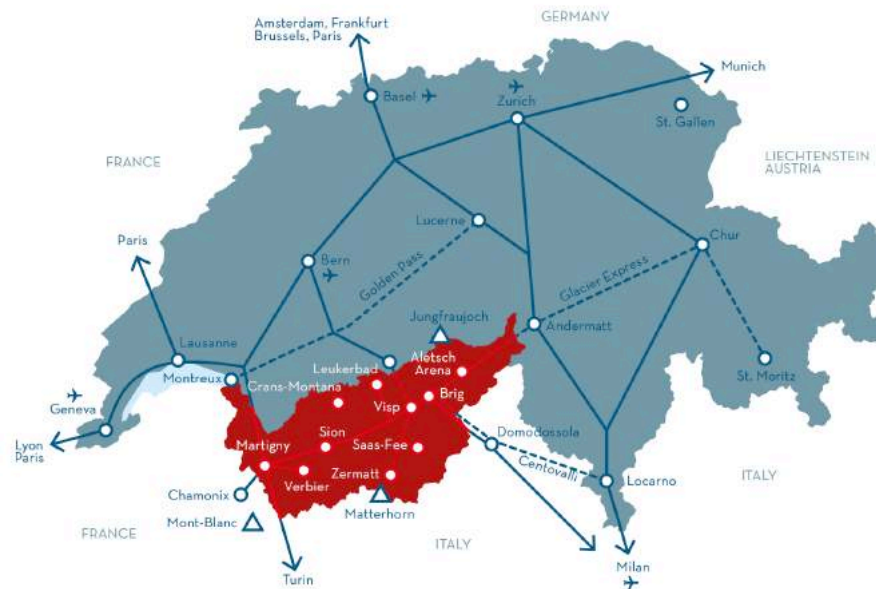


En avion

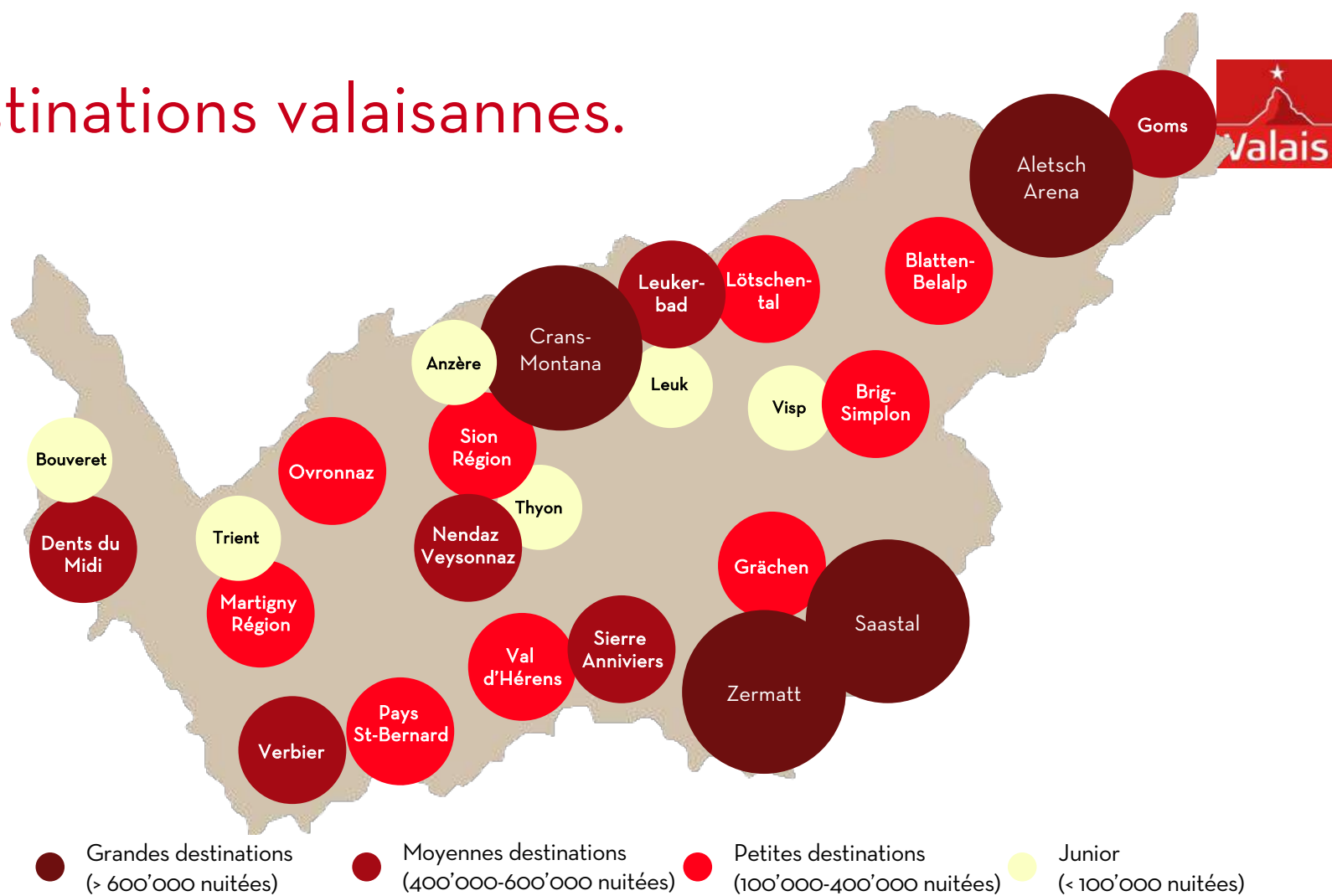
- Connexions internationales : Genève (2 heures) – Zürich (3 heures) – Bâle (3 heures)

En train

- Liaisons de transport exceptionnelles
- Aéroports internationaux : Zürich – Genève – Bâle – Milan (toutes les 30')



Destinations valaisannes.



Provenance des hôtes.

(Nuitées hôtelières en Valais année 2019)

PAYS	NUITÉES	ARRIVÉES	DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR	VS. 2017 / 2018		PARTS DE MARCHÉ	PARTS DE MARCHÉ CUMULÉES	PARTS DE MARCHÉ (ÉTRANGERS)
				%	RÉEL			
 Suisse	2 220 259	1 038 429	2,1	0,60%	13 134	52,12%	52,12%	
 Allemagne	333 125	104 058	3,2	2,61%	8 476	7,82%	59,94%	16,33%
 Royaume-Uni	220 827	67 669	3,3	0,37%	808	5,18%	65,12%	10,83%
 États-Unis	212 192	92 668	2,3	16,71%	30 378	4,98%	70,1%	10,4%
 France	178 371	85 056	2,1	1,70%	2 990	4,19%	74,29%	8,75%
 Belgique	167 150	32 676	5,1	10,78%	16 265	3,92%	78,22%	8,19%
 Pays-Bas	99 740	29 645	3,4	5,13%	4 871	2,34%	80,56%	4,89%
 Japon	90 011	49 440	1,8	13,31%	10 576	2,11%	82,67%	4,41%
 Chine	69 938	46 914	1,5	16,59%	9 950	1,64%	84,31%	3,43%
 Italie	55 421	26 098	2,1	1,27%	693	1,3%	85,61%	2,72%
 Taiwan (Taïpei chinois)	48 928	29 619	1,7	29,16%	11 045	1,15%	86,76%	2,4%
 Corée (Sud)	42 337	29 999	1,4	7,94%	3 116	0,99%	87,75%	2,08%

**ORGANISATION
VALAIS/WALLIS PROMOTION.**

Un organe de promotion intersectoriel.



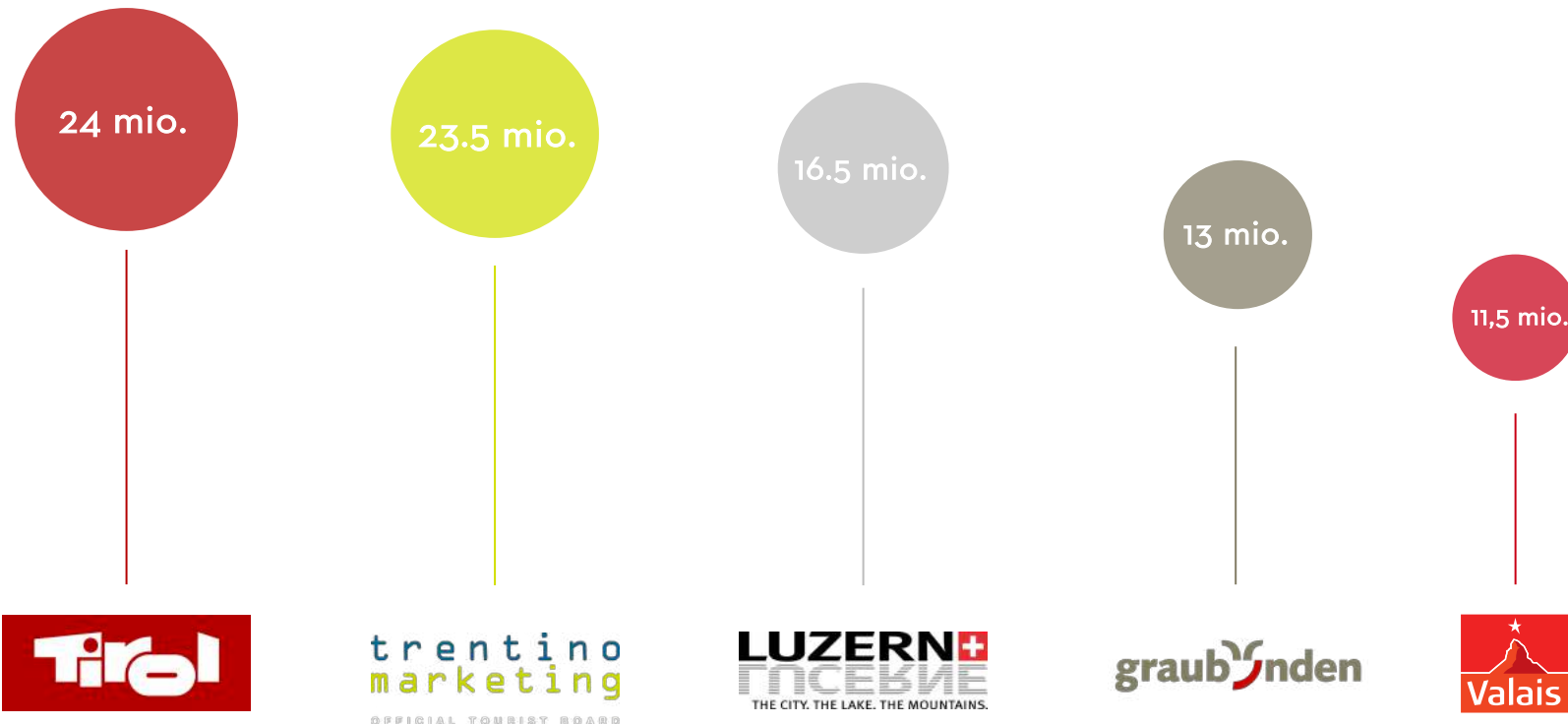
- 4 secteurs
- 4 promotion

- 1 entreprise
- Professionalisation de la promotion à travers des centres de compétences

Stratégie cantonale.



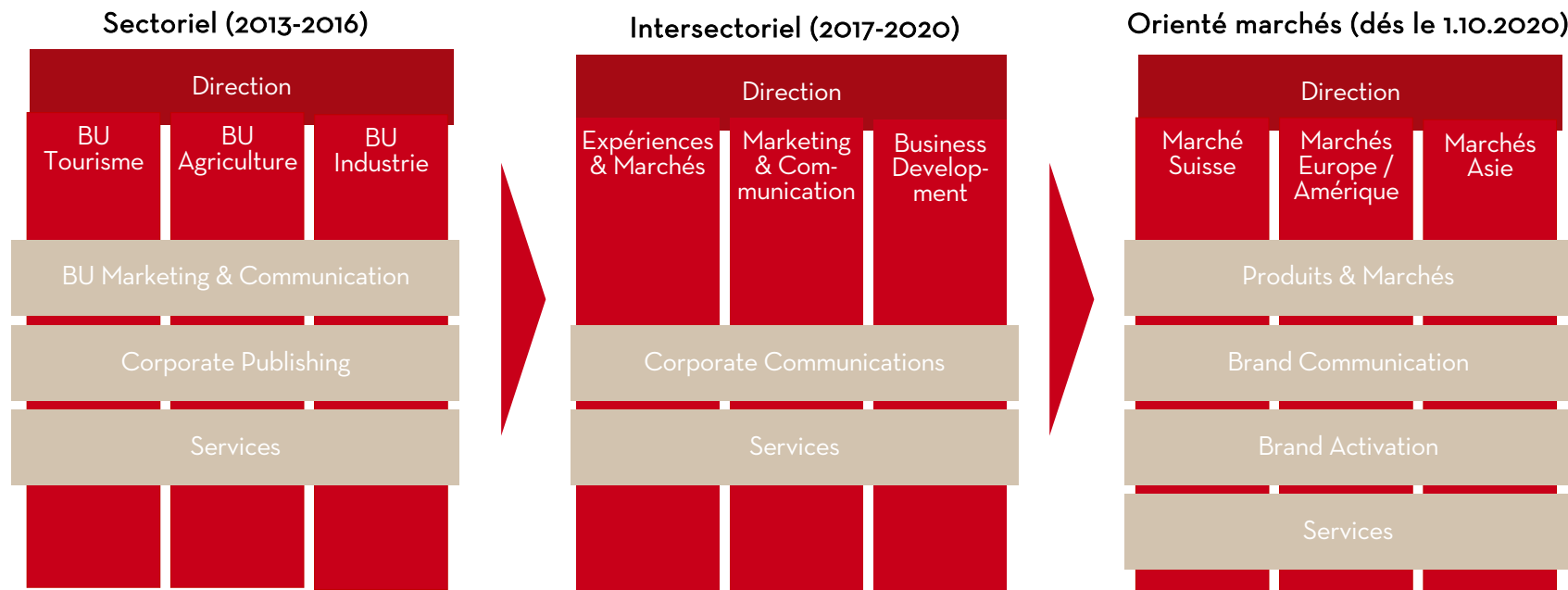
Comparatif budgétaire.



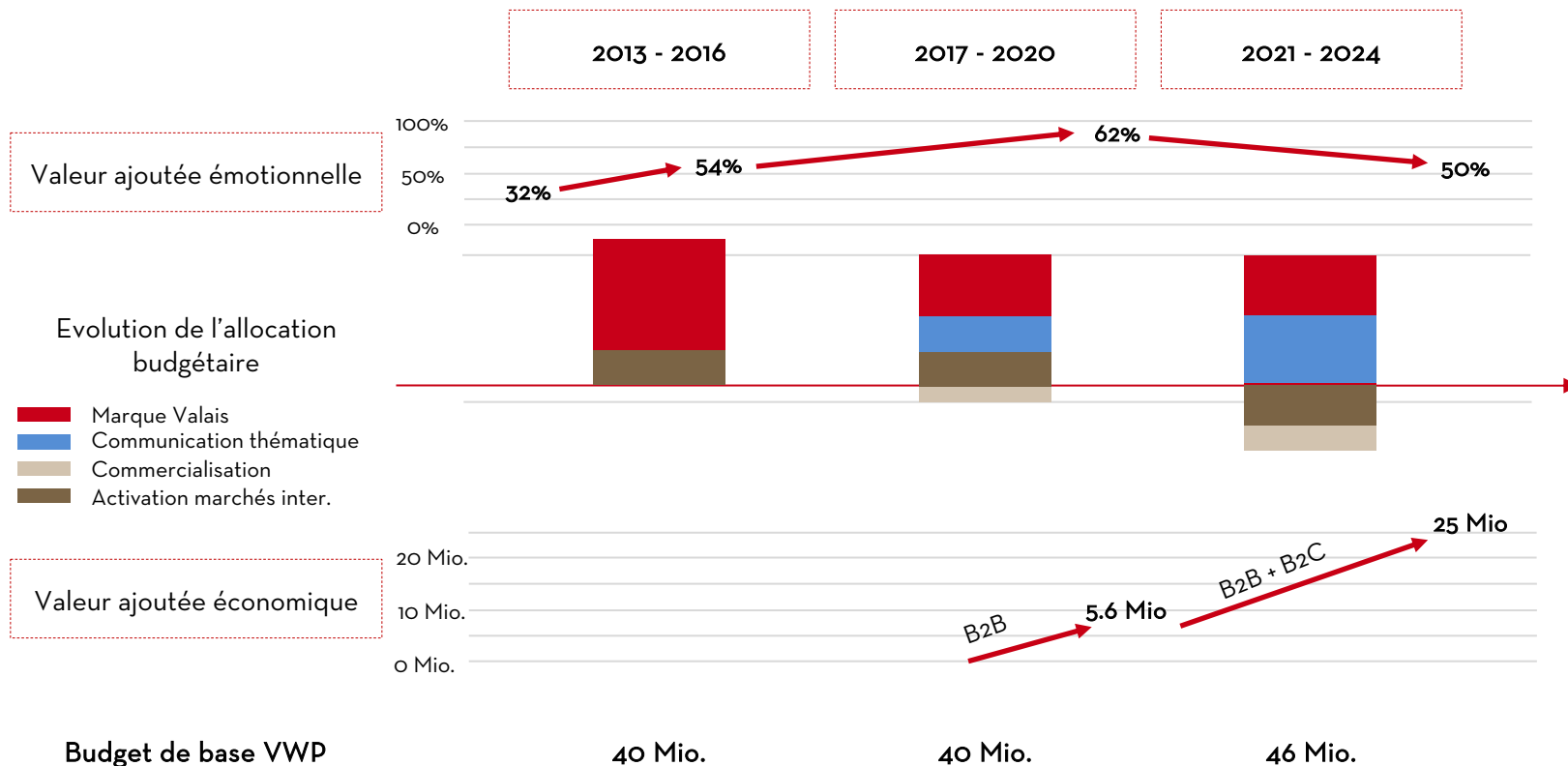
Évolution de la structure.



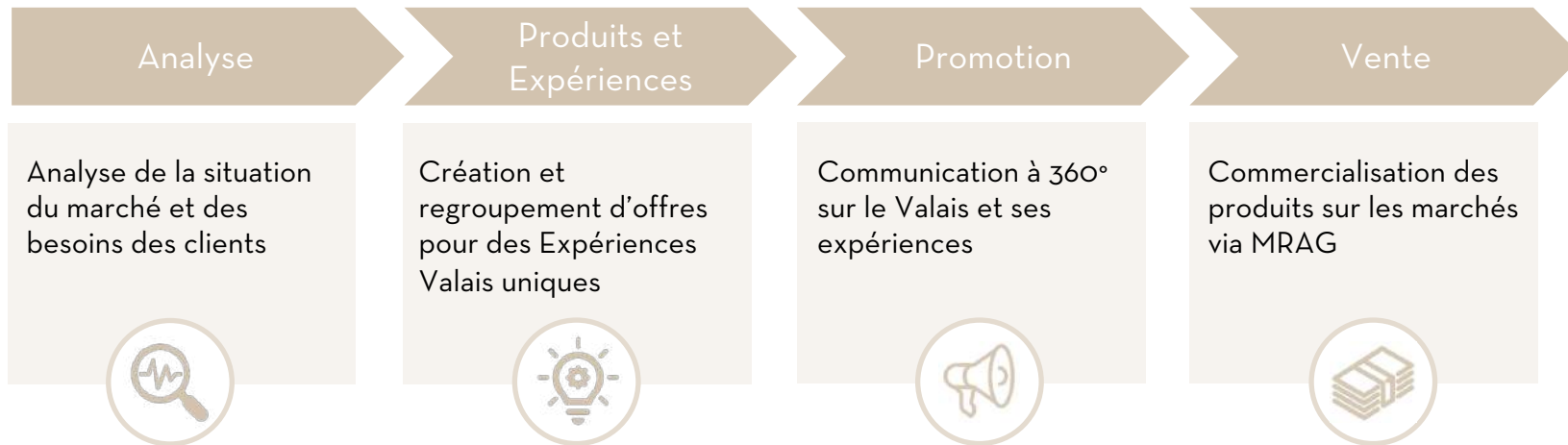
Poursuite cohérente de la **stratégie tout au long de la chaîne de valeur**, qui a été **confirmée** à la fois par la **politique** en portant le **crédit-cadre** à 11,5 millions et par le **comité** par la validation de la **stratégie 21-24**.



Évolution de la stratégie.



De l'analyse à la vente.



La plus-value résulte d'un travail commun sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Promotion – Valais. Gravé dans mon cœur.



Analyse

Produits et
Expériences

Promotion

Vente



Campagne de communication «Valais. Gravé dans mon cœur.»

- Lancement de la communication en 2014
- Communication à 360°
- L'objectif de la campagne était d'accroître la notoriété de la marque Valais et d'avoir un impact positif sur l'image du Valais.

Promotion – Valais. Gravé dans mon cœur.

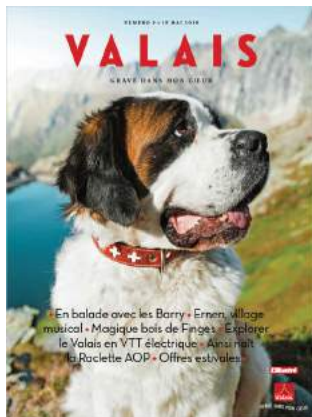


Analyse

Produits et
Expériences

Promotion

Vente



Magazine VALAIS

- 2 éditions par an
- Encart dans L'Illustré et le Schweizer Illustrierte
- Plus d'1 million de lecteurs par édition

Promotion – Valais. Gravé dans mon cœur.

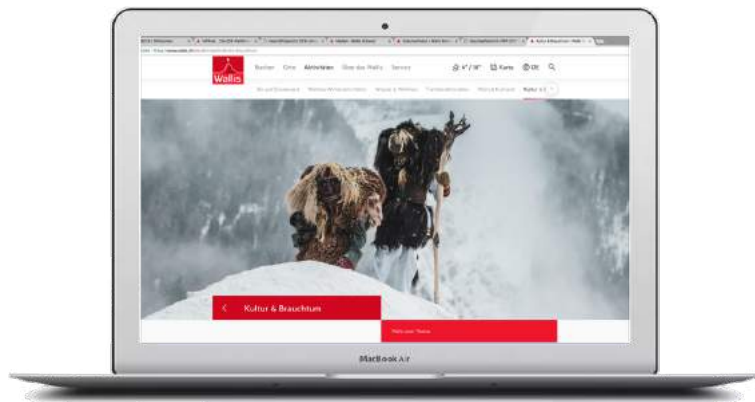


Analyse

Produits et
Expériences

Promotion

Vente



Digital Marketing - www.valais.ch

- 2 millions de visiteurs par an sur valais.ch
- 12.9 millions de personnes atteintes via les réseaux sociaux (2018)

Promotion – Valais. Gravé dans mon cœur.



Analyse

Produits et
Expériences

Promotion

Vente



Campagne TV – «Ode au Valais»

- Campagne à l'échelle suisse avec une composante émotionnelle
- 9.8 millions de contacts
- 70% du groupe cible atteint

Promotion – Valais. Gravé dans mon cœur.



Analyse

Produits et
Expériences

Promotion

Vente



Events et manifestations

- **Bicentenaire (2015)**
 - 4 millions de personnes atteintes
- **Fête fédérale de yodel 2017**
 - CHF 20 mio. de valeur publicitaire générée
 - 3 mio. de personnes atteintes avec la Jodelsong
 - 1.9 mio. de personnes atteintes via les réseaux sociaux

Vente – Matterhorn Region SA.

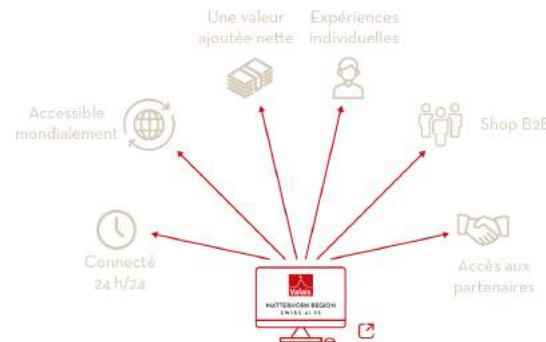


- MRAG rassemble les expériences et produits du Valais et les commercialise sur les marchés.
- Le chiffre d'affaires de MRAG s'est élevé en 2018 à CHF 1.16 mio.

Regroupement des compétences



Place de marché numérique Valais



PRIORISATION DES THÉMATIQUES.

Priorisation des thèmes.



Priorité 1

- Thèmes stratégiques à fort potentiel.
- Thèmes principaux des campagnes de communication.
- Intégration d'un maximum de produits/offres commercialisables sur le webshop.
- Contenu extensif: inspiration, stories, information (large sélection d'itinéraires/activités selon catalogue de critères)

Priorité 2

- Thèmes importants en termes de positionnement.
- Thèmes secondaires/optionnels des campagnes de communication.
- Intégration limitée de produits/offres commercialisable selon potentiel et qualité.
- Contenu limité: inspiration « de base », information (itinéraires/activités limités au top 10)

Priorité 3

- Thèmes non stratégiques
- Non inclus dans les campagnes de communication.
- Intégration optionnelle de produits/offres commercialisable selon potentiel et qualité.
- Contenu optionnel limité à une sélection selon pertinence d'un point de vue client (valeur ajoutée) et disponibilité des informations



Randonnée



VTT



Vélo de route



Cuisine régionale & produits du terroir



Œnotourisme



Wellness/Thermalisme



Randonnée hiver



Excursions



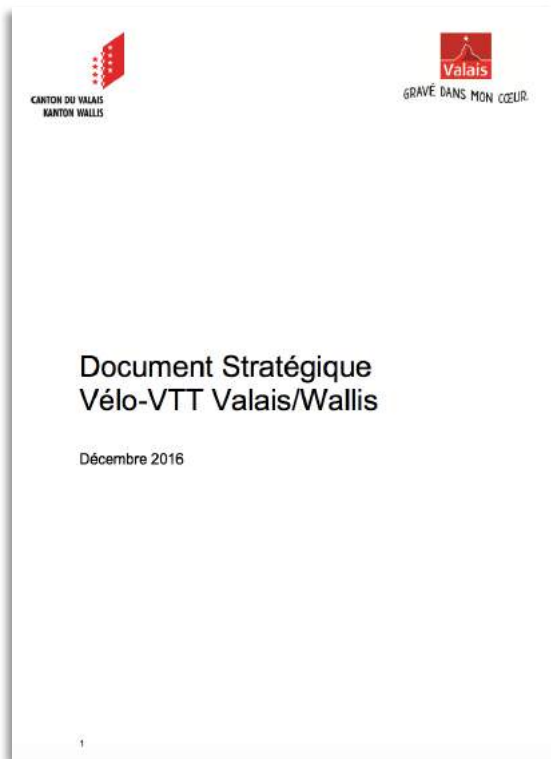
Ski alpin



Vivre et travailler

STRATÉGIE VÉLO/VTT.

Stratégie vélo/VTT en Valais.



B.3 Vision cantonale – Résumé

Développer de façon coordonnée une offre vélo-VTT valorisante, variée, complète, cohérente et durable afin qu'à l'horizon 2025 l'ensemble des activités touristiques estivales génère autant de retombées économiques que les activités hivernales.

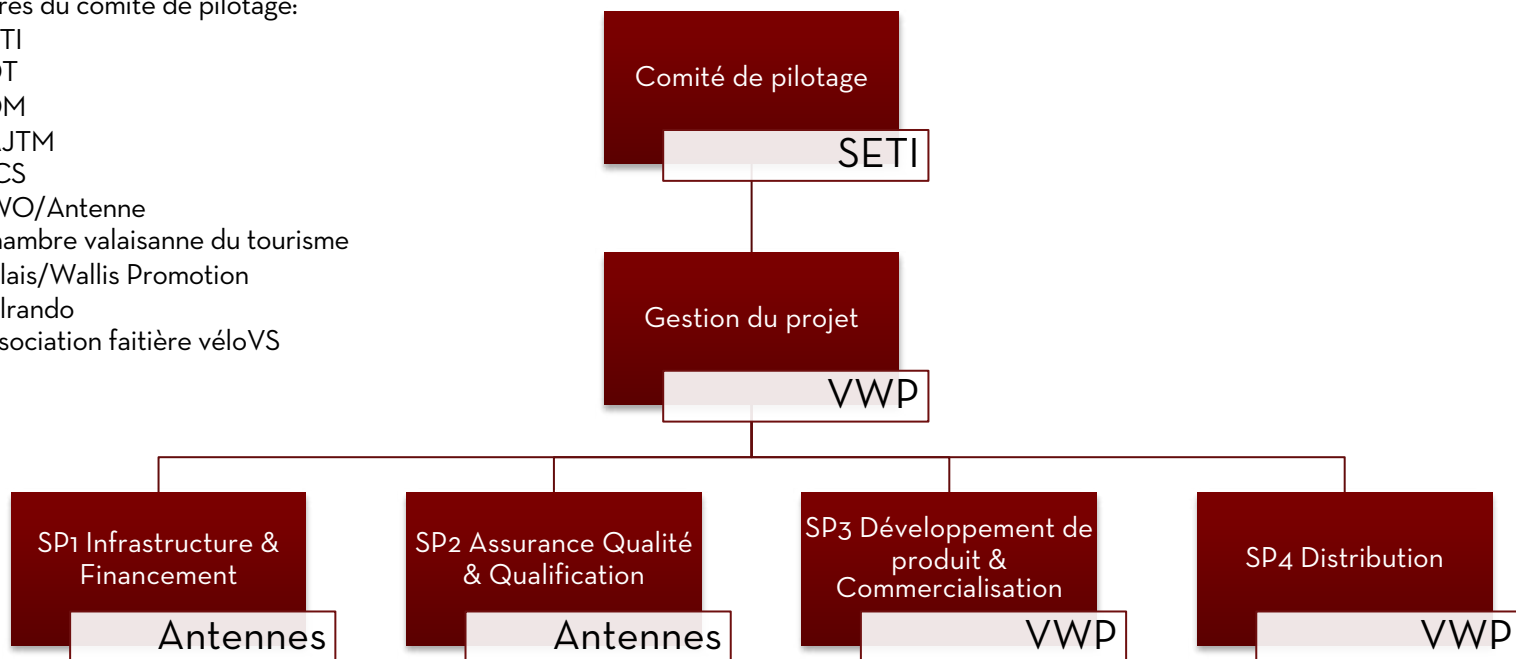
Le Valais doit offrir la possibilité de vivre une expérience « vélo-VTT » unique, qui restera gravée dans la mémoire.

Organisation stratégie vélo/VTT 2017-2020.



Membres du comité de pilotage:

- SETI
- SDT
- SDM
- SAJTM
- OCS
- RWO/Antenne
- Chambre valaisanne du tourisme
- Valais/Wallis Promotion
- Valrando
- Association faitière véloVS



SP1: INFRASTRUCTURE ET FINANCEMENT.

Aide de travail Construction & Entretien.



- Aide de travail sur la construction et l'entretien des chemins et pistes VTT en Valais.
- Manuel publié sur vwpnet.ch:
<https://www.vwpnet.ch/fr/pages/experiences/vtt-450>
- Envoyé:
 - Aux communes
 - Aux destinations
 - Aux responsables des bikeparks

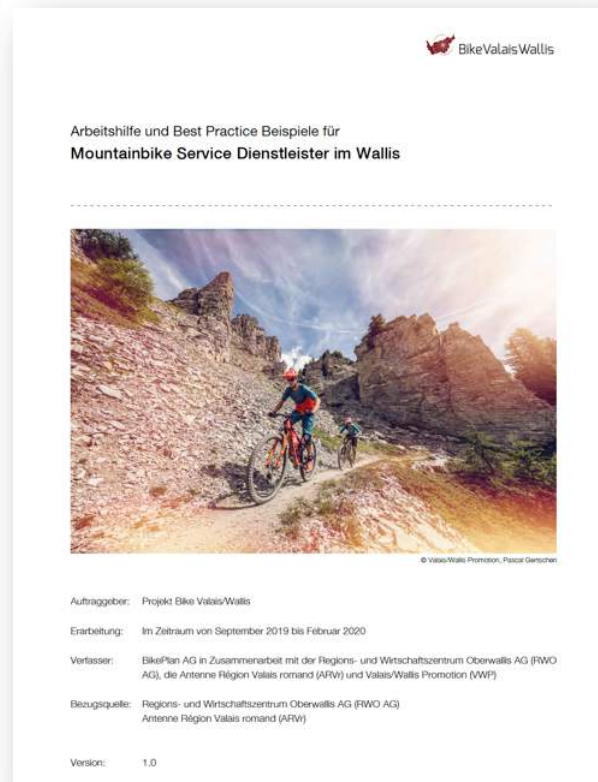


SP2: ASSURANCE QUALITÉ & QUALIFICATION.

Aide de travail prestataires vélo/VTT.



- Aide de travail et exemples de bonnes pratiques pour les prestataires de services du secteur vélo/VTT en Valais.
- Manuel publié sur vwpnet.ch:
<https://www.vwpnet.ch/fr/pages/experiences/vtt-450>
- Envoyé:
 - Aux communes
 - Aux destinations
 - Aux responsables des bikeparks



SP3: DÉVELOPPEMENT DE PRODUIT.
SP4: DISTRIBUTION.

VTT en Valais.



- Vaste terrain de jeu alpin avec plus de 1500 km d'itinéraires VTT (carte print)
- Accessibilité au réseau grâce aux transports publics et remontées mécaniques
 - Plus de 40 lignes de bus
 - Plus de 100 remontées mécaniques
- 6 bikeparks disposant de 26 pistes
- 4 flowtrails
- 13 pumptracks
- 64 guides VTT certifiés par Swiss Cycling
- 7 bike schools
- 70 bike hôtels, 68 bike shops



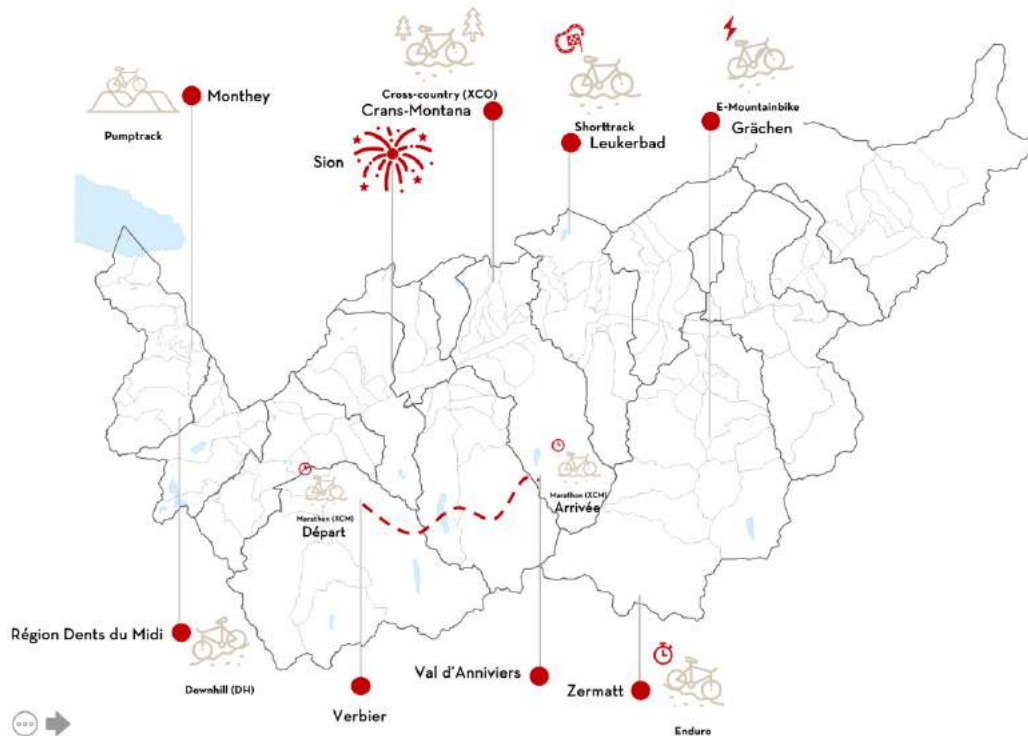
Clientèle VTT.



- Segments clients VTT & e-bike:
 - All-mountain (33%) nature
 - Tour (28%) effort, performance
 - Enduro (22%) adrénaline, descente
- Public-cible: CH, homme 36-45 ans
- Atouts:
 - Accessibilité en transport publics et RM (all-mountain et enduro)
 - Location de VTT
- Attrait: gastronomie régionale, attractions naturelles



MTB World Championships 2025 Valais.



Vélo de route en Valais.

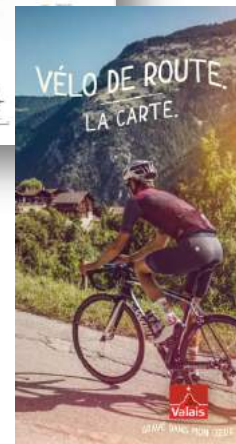
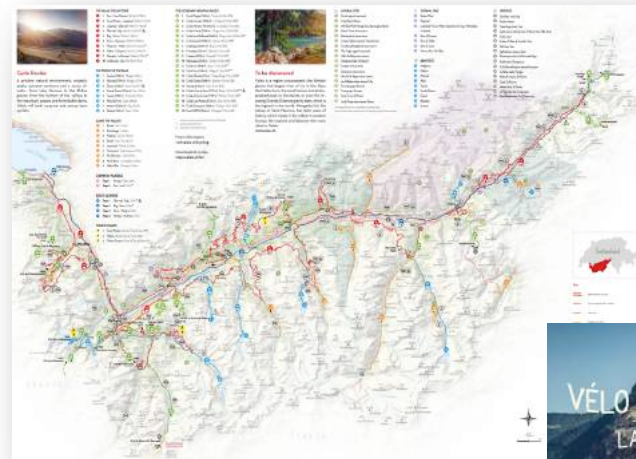


Cyclo-sportif

- 2000 km d'itinéraires vélo (carte)
- 740 km Valais Vélo Tour (10 étapes)
 - 20 cols de montagne dont 7 au-dessus de 2000 m d'altitude
- 8 barrages
- 8 vallées & incontournables

Cyclo-loisir

- 1 itinéraire national: Route du Rhône d'Obergoms au Lac Léman sur 180 km
- 1 itinéraire régional: Chemin du Vignoble



Vélo de route en Valais.

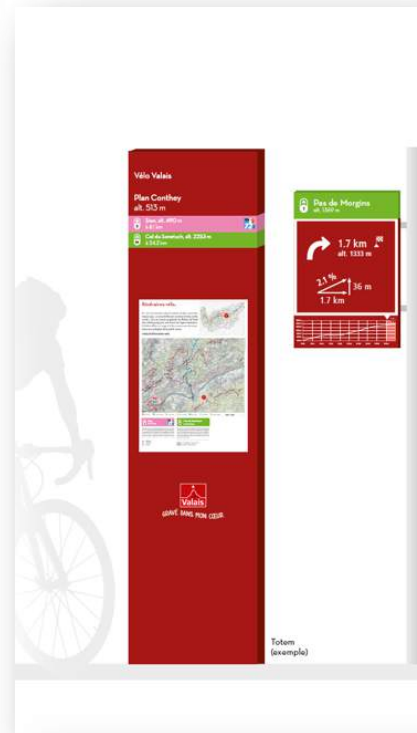


- 3 étapes du Tour de France (Crans-Montana 1984, Verbier 2009, Finhaut-Emosson 2016)
- Club Valais sur Strava avec 1000 membres
- 1 musée du vélo
- 5 compagnies de guide vélo



Montées balisées.

- Projet de signalétique cyclo-sportif
- Sélection de 15 itinéraires prioritaires
- Balisage propre au Valais (totem et balises)



Nouveaux produits vélo/bike 2020.

1. Valais Bike
2. Best of Valais with a guide
3. Les cols valaisans de légende



Offre vélo de route.

Les cols valaisans de légende.

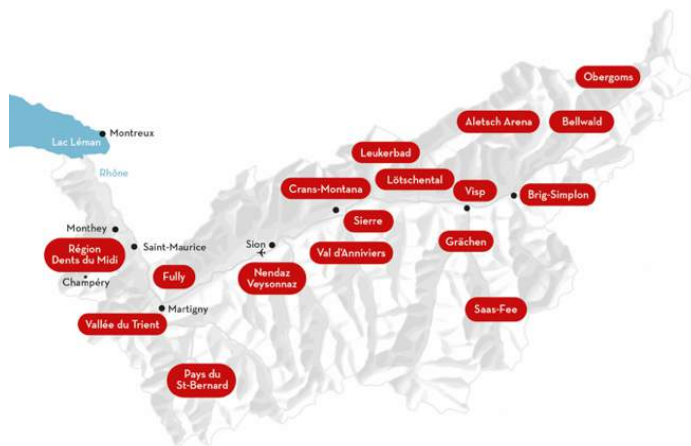


Produit en ligne 15.12.2019.
Distribution et
communication VWP à
partir du 01.01.2020.

Prestations

- Offre self-guided
- 3 nuitées dans un bike hotel de la région de Martigny
- Roadbook avec données GPS pour 4 jours de vélo
- Service de hotline avant et pendant le séjour
- Réservable avant et après les Championnats du monde Aigle-Martigny 2020

Offre VTT. Best of Valais with a guide.

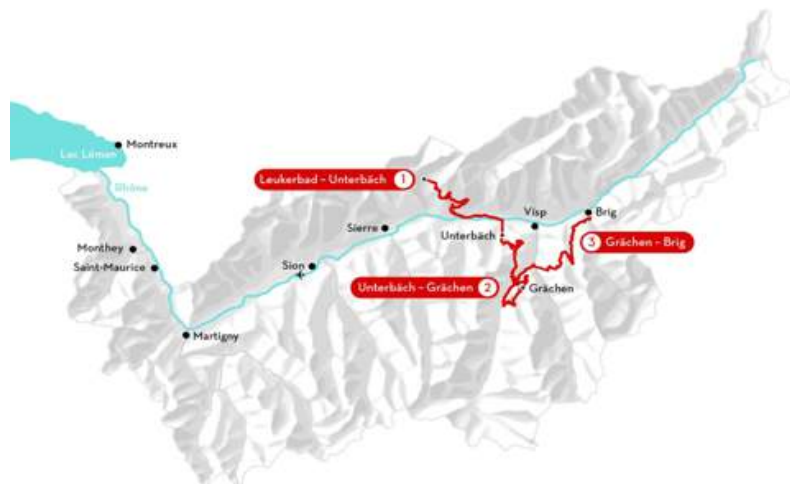


Prestations

- 2 nuitées dans une destination valaisanne
- Choix de l'hébergement (de l'auberge de jeunesse à l'hôtel 5*)
- 1 journée avec un guide VTT certifié Swiss Cycling ou équivalent

Produit en ligne 10.01.2020.
Distribution et
communication VWP à
partir du 10.01.2020.

Offre VTT. Valais Bike.



Produit en ligne depuis
01.12.2019. Distribution et
commercialisation VWP à
partir du 01.01.2020.

Prestations

- Offre en self-guided
- 3 nuits dans 3 lieux différents (itinérant)
- De Leukerbad à Brig
- Transport des bagages quotidien
- Nouvelle route régionale

Communication 360°



Magazine Valais



Newsletter



Travail média



valais.ch



Social Media



Plateformes
partenaires
VVP



Online advertising



CONCLUSION.

Fédérer & convaincre par la qualité.

- Avoir un **réseau attractif** et des **infrastructures de qualité**
- Amener les acteurs à développer l'**expérience** vélo/bike
- Fédérer autour de **critères de qualité** commun
- Garantir aux hôtes une **expérience globale** sans rupture

Le meilleur marketing est un bon produit



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

MERCI!