

Assemblée générale de Valais/Wallis Promotion

Créer de la plus-value pour l'économie valaisanne

Naters, le 18 mai 2017 À l'occasion de sa quatrième Assemblée générale, Valais/Wallis Promotion (VWP) a présenté jeudi à Naters une rétrospective de l'année 2016. L'organisation cantonale de promotion a profité de l'occasion pour souligner l'importance du renforcement de la coopération intracantonale afin d'affronter les défis actuels et futurs. L'exercice 2016 a été marqué par l'avancement significatif de projets tels que «Le Valais, pays du vélo», par une implication plus forte de l'économie dans le marketing cantonal ainsi que par le regroupement de plusieurs destinations et prestataires en matière de vente de produits sur les marchés asiatique et américain. À l'avenir, VWP mettra ainsi l'accent sur l'élaboration d'expériences suprarégionales et sur la poursuite du développement d'une promotion et d'une vente communes. Une vente regroupée qui permet de générer une plus-value sur l'ensemble de la chaîne de valeur pour tout le canton. En ce qui concerne la promotion de l'image du Valais, VWP mise sur la continuité en restant active dans les principaux marchés, avant tout en Suisse. L'objectif étant d'obtenir une notoriété importante pour la marque Valais. C'est ainsi que VWP crée, en collaboration avec les différents partenaires, une plus-value durable pour l'économie valaisanne.

Au début 2016, VWP a lancé la plateforme de réservation OpenBooking. Cette dernière rassemble l'offre hôtelière et parahôtelière du canton et simplifie sensiblement la réservation des 12'000 hébergements qui ont rejoint la plateforme à ce jour. Par ailleurs, en proposant de nombreuses autres activités, VWP travaille à la promotion du Valais comme région touristique exceptionnelle. L'organisation cantonale de promotion s'engage également pour renforcer la visibilité du Valais comme lieu de travail et de vie attrayant. Le partenariat sur plusieurs années avec la Lonza représente le premier pas d'une plus forte intégration de l'économie dans la promotion du Valais. *«L'objectif de ce type de coopération est d'intensifier l'échange avec les entreprises et entre elles, et ainsi de contribuer ensemble à renforcer l'image du Valais en tant que lieu économique attrayant»*, explique Damian Constantin, directeur de Valais/Wallis Promotion. L'intégration mutuelle de VWP et de ses partenaires dans les canaux de communication régionaux, nationaux et internationaux est prioritaire.

Durant l'année 2016, le Tour de France a représenté un jalon important et un grand moment d'émotion: de très nombreux passionnés de cyclisme ont suivi l'arrivée d'étape à Finhaut-Emosson. VWP a profité de l'immense visibilité de cet événement pour positionner au préalable le Valais comme région de référence auprès des amateurs de vélo et de VTT en Suisse et à l'étranger. Le développement de différents itinéraires vélo/VTT et leur intégration dans une carte d'itinéraires vélo/VTT du Valais, en collaboration avec le cycliste professionnel Steve Morabito, y ont notamment contribué. Une stratégie vélo/VTT cantonale a également été élaborée et adoptée en étroite collaboration avec les services étatiques, les antennes économiques, diverses destinations et autres partenaires. De plus, VWP a fait acte de présence lors de différents événements promotionnels d'envergure en lien avec le vélo et le VTT, en Suisse comme à l'étranger. *«Que notre région ait été choisie pour accueillir une étape de la plus célèbre course cycliste au monde n'allait pas de soi. La passion de quelques personnes a été déterminante. C'est aussi la preuve que le Valais a tous les atouts en main pour devenir une destination de renommée internationale auprès des fans de vélo»*, poursuit Damian Constantin.

La promotion d'expériences valaisannes ne s'est pas limitée au vélo/VTT. Elle a aussi mis en lumière diverses activités en lien avec des thématiques phares, à savoir la famille, les sports d'hiver, la gastronomie, l'œnotourisme, la randonnée et les visites d'entreprises. Dans ce cadre, l'intégration des partenaires des différents secteurs était une priorité absolue. *«Dans l'environnement économique actuel, hautement compétitif, globalisé, où tout va de plus en plus vite, il est impossible pour une organisation de promotion de réussir en agissant seule. Nous devons plus que jamais unir nos forces et nous engager en faveur d'une vision commune pour le Valais»*, a souligné Karin Perraudin, présidente de VWP, lors de l'Assemblée générale.

Elle en a profité pour effectuer une courte rétrospective de la première période quadriennale de VWP qui s'est achevée fin 2016. Durant celle-ci, la mise en place de cette nouvelle organisation et la définition de la stratégie ont constitué une première étape clé. L'analyse du marché a elle aussi représenté une part importante du travail de base: la définition des groupes de clients cibles et de leurs motifs de visite a permis le développement de thèmes prioritaires et d'expériences en lien avec ces derniers. Ce travail de fond a été complété par de nombreuses activités à l'échelle nationale et internationale telles que la campagne image «Valais. Gravé dans mon cœur» dont le succès a notamment contribué à augmenter significativement la notoriété de la marque Valais. *«VWP étant une jeune entreprise, elle a su très vite concrétiser sa stratégie par de nombreuses actions ciblées. Je suis fier du travail accompli par l'équipe de VWP et ses partenaires. Malgré les nombreux défis, je suis convaincue qu'ensemble nous pouvons créer une réelle valeur ajoutée pour notre région - au bénéfice de nos visiteurs et de nos clients, et au profit de toute l'économie valaisanne»*, a conclu Karin Perraudin.

Informations supplémentaires

Le rapport annuel 2016 et la présentation de l'Assemblée générale sont disponibles sur <https://www.valais.ch/fr/information/medias/documentation>

Contact

Andrea Bärwalde,
Corporate Communications
Valais/Wallis Promotion
presse@valais.ch
027 327 35 89