



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

Communiqué de presse

Valais/Wallis Promotion se réjouit de l'excellente image du Valais hors canton. Grâce à son travail, à celui de ses partenaires et des entreprises valaisannes, la notoriété et la confiance de la marque Valais ne cesse de croître.

Sion, le 9 mars 2022. **Les résultats de l'étude image réalisée fin 2021 sont les meilleurs jamais obtenus pour le Valais depuis 2014. Cette dernière a révélé les effets concrets de la promotion et communication de Valais/Wallis Promotion sur la notoriété et l'image du canton, qui renforce sa position au travers des différents secteurs de l'économie valaisanne. Mais cette image positive de tout un canton ne se crée pas uniquement par le travail d'un organe de promotion mais aussi par les entreprises, et indirectement la population, de ce canton.**

Le Valais est toujours considéré prioritairement comme destination de vacances avec une forte augmentation de l'attractivité sur les quatre saisons. Bien que le canton soit encore trop méconnu comme lieu de vie et de travail, des progrès sont déjà observables sur certaines valeurs dévoilant son potentiel et la nécessité de poursuivre ces efforts. VWP continuera de soutenir de manière plus intensive, avec ses partenaires, sa communication pour positionner le Valais comme lieu de vie et de travail attractif.

Le Valais, gravé dans le cœur des Suisses.

La notoriété et l'image de la marque Valais continuent leur progression puisque cette dernière est à présent reconnue comme symbole et inspire la confiance. 63% des personnes interrogées connaissent la marque Valais, un record. Cette qualité et cette confiance sont gages d'attractivité et d'engagement pour le Valais. Cela se concrétise par des séjours et l'achat de produits du terroir valaisan.

Ce succès est notamment dû à une volonté politique de créer, il y a bientôt 10 ans, VWP, un organe de promotion intersectoriel novateur afin de fédérer le canton pour communiquer d'une même voix sous la marque Valais. Ce modèle de promotion et de communication a été repris par d'autres régions inspirées par le travail mis en place par VWP depuis plusieurs années : que ce soit avec la promotion intersectorielle, avec la campagne mythique « Valais gravé dans mon cœur » ou encore avec la certification pour les produits labellisés marque Valais, qui sont symboles de provenance, de reconnaissance et de qualité.

Que pensent les clients ?

Le canton est toujours considéré comme un lieu de vacances privilégié avec un ensoleillement, des panoramas incroyables, des activités en plein air et des produits du terroir d'exception, mais il gagne encore en attractivité depuis la crise sanitaire puisque 60% (chiffres 2018 : 58%) des sondés ont déjà séjourné une fois en Valais. Le Valais est de plus en plus visité dans son ensemble avec la majorité des hôtes (59%) qui alternent un séjour dans le Haut et le Bas-Valais. Le canton est encore plus recommandé comme destination de vacances avec une augmentation de 4 points de pourcentage

depuis la dernière étude, tout comme les intentions de visite, qui elles aussi continuent de progresser (+4.4 points de pourcentage). Ceci a certainement aussi été renforcé par la crise sanitaire avec davantage de Suisses qui ont visité le Valais. Le principal motif de voyage est le contact avec la nature, ce qui a été exploité, via VWP, avec la campagne post covid «Redécouvrez votre nature». L'orientation stratégique du Valais d'accentuer davantage sa promotion et création d'expériences sur les quatre saisons porte ses fruits. « Surmonter les saisonnalités reste l'un de nos objectifs principaux dans la création d'expériences et d'offres et dans la communication qui en découle. C'est pourquoi, nous investissons dans des activités et campagnes orientées quatre saisons comme par exemple, le vélo et VTT ou l'œnotourisme », explique Damian Constantin. Actuellement, la fréquentation la plus forte est en été (69% de visiteurs), suivie par l'hiver (53%) puis l'automne (44%). L'hiver reste néanmoins la saison qui a le plus grand impact économique pour le tourisme.

Un canton aux multiples facettes

Grâce à ces études image, Valais/Wallis Promotion a pu et peut identifier les motifs de voyage en Valais (randonnées 61%, ressourcement 59%, détente 59%, ski/snowboard 45%) et ainsi créer, des offres multi-destinations réservables via notre place de marché digitale, en collaboration avec nos partenaires. L'attractivité du Valais se retrouve dans ces activités et également dans la gastronomie et les produits du terroir valaisan.

Deux tiers des personnes interrogées vont profiter de leur séjour en Valais pour déguster des plats valaisans. Une personne sur deux en profitera également pour déguster du vin valaisan. De nombreuses actions de promotion ont connu un franc succès, comme la campagne abricot en collaboration avec l'IFELV (Interprofession des fruits et légumes du Valais), le Marathon des Saveurs, la mise en avant des produits locaux, notamment avec le label marque Valais.

Quant à sa position de lieu de vie et de travail, un fort potentiel d'amélioration existe même si depuis la dernière étude (2018), une très légère augmentation (2%) est à noter. Le travail de VWP et de ses partenaires dans ce domaine (par exemple : film Paradis, collaboration avec le projet WIWA, capsules recto-perso) y a certainement contribué. « Nous devons continuer nos efforts pour renforcer l'image d'un Valais où il fait bon vivre et travailler. Le Valais est encore trop méconnu pour l'innovation, la créativité et le développement de sa place économique qui offre de nombreuses opportunités dans différents secteurs. », souligne Damian Constantin, Directeur de VWP.

Sans surprise, l'étude montre que les personnes ne vivant ou ne travaillant pas en Valais, connaissent très peu cette facette innovante et attractive du Valais. « Il est donc important de poursuivre nos efforts afin de placer le Valais comme lieu de vie et de travail. Le positionnement du Valais dans ce domaine est un challenge à long terme qui nécessite une collaboration étroite avec les partenaires économiques et politiques et des moyens à la hauteur des ambitions de tous » explique Karin Perraudin, Présidente de VWP.

La durabilité sociale, économique et écologique : un potentiel pour l'avenir.

Le thème de la durabilité avec les axes sociaux, économiques et écologiques est un point essentiel à considérer pour l'image du Valais de demain. L'étude confirme que ce sujet est un levier important pour améliorer l'image globale du canton. La durabilité continuera de figurer dans nos thématiques

actuelles et futures. C'est pourquoi, VWP continuera d'accentuer sa communication axée sur des projets (par exemple : Agenda 2030) ayant un impact positif au sens large de la durabilité.

Valais/Wallis Promotion se réjouit des résultats et de l'image positifs dont bénéficie le Valais à l'intérieur comme à l'extérieur du canton. « Ces résultats sont le fruit d'un travail passionné de tous les acteurs valaisans qui contribuent à valoriser et faire rayonner le Valais à travers toute la Suisse et à l'international. L'importance d'un Valais solidaire pour positionner notre région en est d'autant plus marquée : c'est ensemble que nous représentons le mieux le Valais et que nous déplaçons les montagnes ! » conclut Damian Constantin.

Cinq points essentiels à retenir de cette étude :

1. L'image du Valais n'a jamais été aussi positive que dans l'étude réalisée en fin 2021. La notoriété et la confiance de la marque Valais ne cessent de croître.
2. Les hôtes suisses démontrent une volonté toujours plus marquée de visiter le Valais durant les prochains mois. Ce résultat est renforcé par l'augmentation de l'attractivité du Valais en été et en automne et la volonté d'orienter le tourisme valaisan vers un tourisme quatre saisons.
3. Les produits du terroir valaisan restent très appréciés des Suisses et tout est mis en œuvre pour maintenir le positionnement favorable du Valais dans ce domaine. En outre, la marque Valais rencontre un franc succès et est gage de confiance.
4. La stratégie mise en place pour souligner le potentiel du Valais comme lieu d'habitation ou de travail obtient des résultats prometteurs. L'étude montre un potentiel d'amélioration dans ce domaine et Valais/Wallis Promotion et ses partenaires vont poursuivre leurs activités de promotion et de communication pour renforcer le positionnement du Valais dans ce domaine en accentuant ces forces telles que : des paysages attrayants, des produits du terroir savoureux, des entreprises innovantes, et des conditions de vie attractives.
5. Le Valais a encore un potentiel d'évolution en matière de durabilité économique, sociale et écologique. Avec une communication axée sur le Valais novateur, les avantages sociaux à vivre dans notre canton et l'Agenda 2030, Valais/Wallis Promotion continuera de capitaliser sur les atouts valaisans pour mettre en exergue la durabilité de notre région.

Pourquoi une étude image ?

- En 2014, 2015, 2018 et 2021 Valais/Wallis Promotion a mené une étude image avec l'institut LINK, leader suisse indépendant en matière d'études de marché, afin d'évaluer en toute objectivité la notoriété de la marque Valais et l'image du Canton.
- Le sondage a été réalisé en ligne (sur un panel de 821 personnes âgées de 18 à 70 ans) en Suisse alémanique et en Suisse romande.
- Ces informations sont précieuses, d'une part, pour examiner la communication et le contexte global en Valais et ainsi démontrer le potentiel de certains secteurs et, d'autre part, pour préparer les actions futures de la promotion cantonale.

Informations supplémentaires

- Étude image: valais.ch/etudeimage
- Media Corner: <http://valais.ch/medias>

Contact :

Valais/Wallis Promotion

Service de presse

presse@valais.ch

027 327 35 23