



Madame
Jasmine Ballay
Députée (suppl.)
Rte de Champex 68
1905 Dorénaz

Date 14 septembre 2016

Réponse à votre question écrite n°59 du 17.06.2016 concernant : « Quels liens entre Valais/Wallis Promotion et les offices de tourisme régionaux et locaux »

Madame la Députée-suppléante,

Nous répondons par la présente, d'entente avec le Conseil d'Etat, à votre question écrite portant sur les liens entre Valais/Wallis Promotion et les offices de tourisme régionaux et locaux.

Entre-t-il dans les missions de VWP d'appuyer les acteurs locaux / régionaux dans leur organisation ?

Les missions confiées à Valais/Wallis Promotion, la société de promotion du Valais et définies dans la loi sur la politique économique cantonale du 11 février 2000 (art. 15bis) consistent à :

- a) contribuer, par une promotion ciblée, à la venue de visiteurs, investissements et entreprises ainsi qu'à l'exportation de biens et services produits en Valais;
- b) assurer une gestion de marque unifiée et tenir compte des particularités des processus de promotion spécifiques aux différents secteurs d'activités;
- c) orienter son activité en direction des besoins du marché et collaborer étroitement avec les différents représentants des branches concernées.

Les activités de VWP sont par conséquent consacrées à la promotion, et cette société n'intervient pas dans l'organisation des différents acteurs locaux. Il sied de rappeler que l'organisation des structures touristiques au niveau local a été un des points sur lesquels les modifications apportées à la loi sur le tourisme du 9 février 1996 a apporté une plus grande liberté et autonomie aux communes.

Cette liberté étendue dans la manière suivant laquelle les communes peuvent se structurer au niveau touristique ne signifie cependant pas que les acteurs du tourisme au niveau local sont livrés à eux-mêmes ; ils peuvent en effet trouver un appui auprès de la Chambre valaisanne de tourisme, qui met à disposition des communes, stations et organes touristiques un centre de compétence les soutenant dans les différentes problématiques auxquelles elles sont confrontées, notamment celles touchant à leur organisation. Ils peuvent également se faire accompagner dans leurs démarches par un conseil externe dont le coût peut faire l'objet d'un soutien financier de la part du Canton. Enfin, les antennes régionales du développement économique sont elles aussi à disposition et interviennent régulièrement en accompagnement des communes et organisations entamant de telles démarches.

S'il n'incombe pas à VWP d'appuyer les acteurs locaux/régionaux dans leur organisation, la vision de cette société de créer de la valeur ajoutée pour les hôtes du Valais comme pour les partenaires



de l'économie valaisanne implique cependant que celle-ci entretient des liens réguliers avec les destinations touristiques valaisannes ; elle leur présente et partage avec elles à ces occasions les actions menées sur les différents axes de son positionnement. Si le nombre d'organisations touristiques que compte le Valais (67 organisations touristiques en Valais contre, à titre de comparaison, 6 dans l'Oberland bernois et 12 destinations dans les Grisons) rend difficile pour VWP d'avoir des contacts directs avec chaque acteur de la branche, elle reste cependant toujours à disposition de ces derniers pour développer des actions communes. Depuis sa création, VWP vise d'ailleurs à intensifier les collaborations avec les destinations valaisannes et a pour ce faire proposé des modèles de partenariats concrets, que ce soit pour le marché suisse ou pour l'international. Il est, dans l'esprit des modifications de la loi sur le tourisme en 2015, de la responsabilité de ces acteurs locaux, de décider s'ils souhaitent ou non profiter de ces opportunités de partenariat et donc se tourner vers VWP dans le cadre de leurs activités.

Quelles sont les prestations gratuites (incluses dans les 10 millions de base) que VWP propose aux acteurs locaux / régionaux ?

VWP dispose effectivement d'un montant annuel de 10 millions de francs accordé sur la base d'un contrat de prestations passé avec le Canton pour le financement de ses activités. Ce montant est prélevé du budget cantonal, et a été prévu pour financer des prestations au niveau cantonal ; rappelons que la décision de financer ces prestations par le biais du budget cantonal a été prise, dans le cadre des décisions liées au projet Tourisme 2015, en même temps que la décision de laisser l'intégralité des produits de la taxe d'hébergement en mains des destinations, alors qu'auparavant les deux tiers de ces produits devaient être remontés au niveau cantonal pour être reversés à Valais Tourisme. Les organisations en charge du tourisme au niveau local disposent ainsi, depuis 2013, de moyens considérablement accrus pour financer leur promotion, et le cas échéant initier des collaborations au niveau de la promotion de leur tourisme.

Les prestations financées par ce contrat de prestation, comme mentionné ci-avant, mettent un fort accent sur la **promotion d'image**, afin de promouvoir une économie valaisanne dont les produits sont étroitement associés aux notions de qualité, authenticité, tradition, respect de critères sociaux et environnementaux. Le mandat central de VWP consiste par conséquent à augmenter la notoriété de la marque Valais, et par extension à construire une image positive du Valais dans son ensemble. La communication image «Valais. Gravé dans mon cœur. » mise en place par VWP voilà 2 ans démontre son efficacité ; en témoignent les résultats des deux études menées, l'une sur l'impact de la campagne image, l'autre sur la notoriété de la marque Valais. L'étude post-test de décembre 2015 sur l'impact de la campagne image « Valais. Gravé dans mon cœur. » met en lumière la forte progression de la notoriété du Valais par rapport aux régions concurrentes : de 4% mesurés en février 2014, cette dernière passe à 15% en décembre 2015. L'étude d'image de l'institut LINK d'août 2015, axée sur la marque Valais, confirme la tendance : la notoriété de la marque Valais progresse à 54% (contre 31% en 2014), tout comme la confiance accordée à la marque par les consommateurs (note de 5.1 sur 7).

Si les retombées positives de ce travail sur la marque et l'image du Valais ne sont peut-être pas perçues comme des prestations « tangibles » gratuites par les acteurs locaux/régionaux, elles sont clairement le résultat recherché lors de la création de Valais/Wallis Promotion. Les destinations touristiques bénéficient directement de cette image positive et de l'inspiration donnée aux hôtes du Valais. En plus de la communication globale « Valais. Gravé dans mon cœur. », VWP garantit dans son mandat de base la mise en valeur de ses différents partenaires, issus de tous secteurs, au niveau du site valais.ch comme des autres canaux de communication à disposition (newsletters, médias sociaux, travail médias, magazine Valais, etc.).

Valais/Wallis Promotion a également pour tâche d'**augmenter les opportunités d'affaires** pour les acteurs touristiques, en accompagnant les entreprises et les associations dans leurs efforts de vente, mais également en **favorisant la coordination et la collaboration entre les acteurs économiques**. Elle propose des plateformes de vente à ses partenaires et offre un soutien et des prestations de conseil et de marketing à ses clients ; elle constitue par conséquent un centre d'information et de coordination pour ses publics-cibles.

De plus il semble que plusieurs campagnes de promotion initiées par VWP ont été annulées, est-ce dû à un mauvais ciblage de l'offre ou à des prix qui ne correspondaient pas aux attentes des partenaires ?

Il est difficile de répondre à cette question qui est trop vague et imprécise dans sa formulation. Selon notre suivi de l'activité de VWP, aucune campagne majeure initiée par VWP n'a été annulée faute de partenaires. Elle a au contraire été appelée à assurer des prestations ponctuelles supplémentaires importantes, et à pleine satisfaction du Canton, dans des événements majeurs (Bicentenaire, Exposition universelle de Milan ou encore Tour de France). Il conviendrait, pour pouvoir répondre à votre question, que vous soyez plus précise sur les campagnes auxquelles vous faites allusion.

Nous espérons avoir répondu à vos questions et apporté les précisions attendues sur les liens entre Valais/Wallis Promotion et les offices du tourisme locaux et régionaux. Nous insistons sur l'importance pour ces derniers d'être proactifs, et de tirer profit non seulement de la disponibilité de Valais/Wallis Promotion, mais également de la Chambre valaisanne de tourisme et des antennes économiques pour asseoir leur développement et leurs activités.

Veuillez croire, Madame la Députée-suppléante, à l'assurance de notre parfaite considération.



Jean-Michel Cina
Conseiller d'Etat

Annexe Décision du Conseil d'Etat approuvant le sens de la réponse
Copie à CHE
Service parlementaire
Président du Grand Conseil