

MASTER PLAN

COMMUNE DE VAL DE BAGNES

/ MASTER PLAN TOURISME

POURQUOI ET COMMENT ?

POURQUOI ?

Le tourisme est l'une des principales branches de l'économie de Val de Bagnes. Les offres en la matière sont innombrables et correspondent à une très large gamme d'envies. Les sports d'hiver y tiennent une place centrale, mais de nombreuses autres activités agrémentent la belle saison qui rime avec beauté de la nature, randonnées pédestres, vélo ou attrait des cimes.

En 2021, la nouvelle Commune de Val de Bagnes voyait le jour, à la suite de la fusion des Communes de Vollèges et de Bagnes. Parallèlement, les structures touristiques ont aussi évolué avec la création de Verbier Tourisme SA qui regroupe l'Office du Tourisme et Verbier Promotion.

Pourquoi un Master Plan ?

Un Master Plan est un instrument qui permet de clarifier les orientations stratégiques et d'assurer la cohérence entre les actions publiques et privées à moyen et à long terme. Il a une fonction de planification directrice dans le sens où il fixe des objectifs et des moyens sans avoir un caractère contraignant. Il permet à l'ensemble des parties prenantes d'avoir une vision claire et transparente des intentions de la Commune de Val de Bagnes et de Verbier Tourisme. Le Master Plan fournit ainsi des bases solides (mais évolutives) permettant à l'ensemble des acteurs d'orienter leurs actions dans un sens commun.

Notre vision commune :
**devenir une
référence des
destinations
de montagne du
tourisme durable
4 saisons**

/ NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Notre engagement pour le tourisme

Nous, l'ensemble des acteurs de la destination Verbier - Val de Bagnes, nous nous engageons pour un développement touristique qui :

- propose à nos hôtes des expériences touristiques de qualité, innovantes et inspirantes tout au long de l'année.
- privilégie la qualité de vie des habitants et favorise l'économie locale tout en préservant nos qualités environnementales et paysagères, ainsi que notre biodiversité.

A travers ces engagements, nous visons à devenir une référence des destinations de montagne pour un tourisme respectueux de ses habitants, de ses acteurs économiques, de son patrimoine communal et bourgeoisie, de ses paysages et de son environnement.

COMMENT ?

La réalisation du Master Plan a été supervisée par un Comité de pilotage nommé par la Commune de Val de Bagnes et Verbier Tourisme. Nous avons réalisé un travail participatif pour permettre une consultation large des parties prenantes. Ainsi, tout au long du processus, ce ne sont pas moins de 26 entretiens individuels, 15 ateliers participatifs et 3 sondages qui ont été organisés.

Pour atteindre les résultats, la méthodologie suivante a été adoptée :

ETAT DES LIEUX

Ce que l'on a fait...
Forces et faiblesses

Ce qui pourrait se produire...
Opportunités et menaces

ENJEUX

Ce qu'il faut faire...
... au regard de ce qu'il y a à perdre ou à gagner

VISION ET ORIENTATIONS

Ce que l'on veut faire...
Orientations stratégiques

Ce que l'on va faire...
Objectifs généraux

ACTION

Comment on le fait...
Plan d'actions

L'ensemble du processus s'est déroulé du printemps 2021 à l'été 2023. Le présent document propose une synthèse des résultats.

/ MASTER PLAN TOURISME

/ STRATÉGIE MARKETING

/ NOS AXES DE RÉALISATION

- 01 Economie, emplois et formation
- 02 Durabilité
- 03 Infrastructures et mobilité
- 04 Offre, accueil et qualité
- 05 Marketing et promotion

/ NOTRE PLAN D'ACTIONS

Outil de suivi et de gestion

Afin d'assurer un suivi optimum des projets et de faire évoluer le Master Plan de manière dynamique et régulière, un outil de gestion a été mis en place. Cet outil permet de générer des rapports qui peuvent être mis à disposition sur demande à l'ensemble des parties prenantes.

Suivre le plan d'actions

Afin de pouvoir suivre les projets en cours en lien avec le Master Plan Tourisme, une page web a été créée. A cette adresse vous trouverez les informations sur l'état de situation des projets en cours ainsi que la périodicité pour leur réalisation.



COMMUNE DE
VAL DE BAGNES



DO MARKETING.

STRATÉGIE MARKETING

VERBIER - VAL DE BAGNES

POURQUOI?

/ LE MARKETING DE DESTINATION

Le marketing ne se limite pas à la promotion, **il concerne toute la chaîne de services**, des publicités à la manière dont on apporte une plus-value aux activités (grâce à une ambiance, une mise en scène, un story telling, ...).

L'expérience des clients avec une prestation doit être cohérente et attractive à chaque étape pour garantir son succès, lequel induira leur satisfaction, des commentaires positifs, des recommandations et potentiellement leur fidélisation.

Au niveau d'une destination touristique, une cohérence est à avoir entre tous les prestataires, afin que les clients ressentent l'état d'esprit «Verbier – Val de Bagnes» durant tout leur séjour/visite. C'est la somme des expériences vécues qui en fera une réussite, chaque prestataire contribuant ainsi au succès de la destination.

Notre mission collective est de faire vivre à nos visiteurs des expériences qui vont au-delà de leurs attentes.

BUT MAKE IT

VERBIER

QUOI?

/ NOTRE MARQUE

NOTRE DÉFINITION DU STYLE
DE LA DESTINATION

ATTRIBUTS RATIONNELS

Notre destination est une terre de contrastes qui réconcilie les paradoxes toute l'année, une destination avec un haut niveau de qualité (premium) et un accès aisé, tant au niveau des contacts humains que géographiques

BÉNÉFICES FONCTIONNELS

Elle offre la possibilité de vivre des expériences sportives, sociales et culturelles nouvelles, inédites et totalement différentes, dans la même journée, dans un cadre naturel et premium

BÉNÉFICES ÉMOTIONNELS

Elle procure une énergie et une stimulation qui décuplent les facultés, performances et sensations de chacun sur les plans physique, émotionnel et aspirationnel

POSITIONNEMENT

THIS IS VERBIER.

Un monde d'exception qui cultive les différences et où chacun peut se réaliser.

+ TENDANCES DE CONSOMMATION

RUPTURE

RETRouvailles

RESSOURCEMENT

RÉALISATION DE SOI

RETOUR & CONNEXION À LA NATURE

RÉASSURANCE

= ESSENCE DE LA MARQUE

Verbier Pure Energy. Une marque qui crée du sens et qui parle à la tête, au coeur, au corps et avec style.

COMMENT ?

/ NOS AXES STRATÉGIQUES



Passer d'une station à **une marque forte, partagée** et dont chacun est fier



Favoriser la préférence de la marque à travers **la fidélisation**



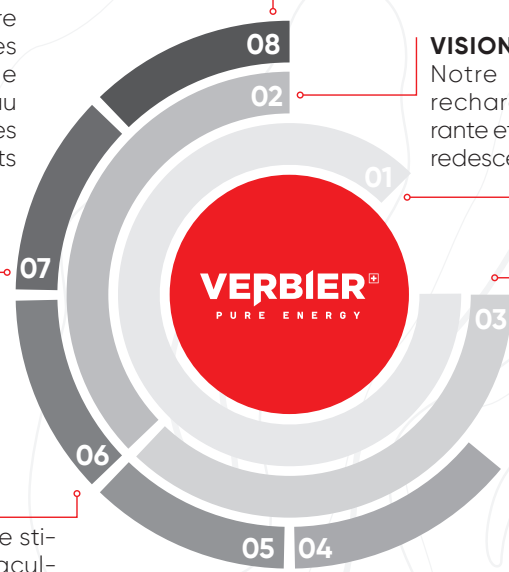
Incarner une destination **indépendante des saisons**



Booster l'événementiel **comme renforcement de la marque et accélérateur du remplissage**



Adapter notre développement **aux ambitions de la destination**



VISION

Notre objectif est de vous recharger en énergie inspirante et positive pour que vous redescendiez transformés

MISSION

Nos différences nous unissent et nous permettent de faire vivre à nos visiteurs des expériences qui vont au-delà de leurs attentes et les aident à se dépasser

PERSONNALITÉ

Elle est passionnée, créative, rebelle, contrastée, aventurière, active, ouverte et jeune d'esprit, amicale et attachante

VALEURS

Audace, aventure, liberté, dynamisme, excellence, proximité, sincérité, réconciliation des paradoxes

COMMENT ? (SUITE)

/ COMMENT OPTIMISER MON RÔLE D'ACTEUR DU TOURISME?

3 QUESTIONS SIMPLES À SE POSER

01 Comment mon action permet-elle de faire vivre la marque ?

En quoi mon action exprime-t-elle : l'audace, la liberté, l'excellence, la différenciation avec mes concurrents, l'aventure...?

02 Comment rendre mon action unique et permettant de faire vivre une expérience ?

Mon service est-il une expérience ? Permet-il à mon client de se recharger en énergie positive ? Que crée-t-il comme souvenirs ? Mon expérience est-elle personnalisée ? Quel lien a-t-elle avec le territoire, et quel lien crée-t-elle avec mon client ?

03 Comment mon action peut-elle servir à développer l'image de Verbier sur l'ensemble de nos moyens de promotion ?

La marque n'est pas qu'un logo, même s'il est important que nous puissions tous l'afficher. Nos objectifs principaux sont de faire vivre la marque et de la faire connaître. Il est donc nécessaire de créer du contenu qui puisse être diffusé sur les différents médias et bénéficier à l'ensemble du territoire. Ainsi, mon action doit permettre de développer un contenu aligné sur les valeurs de la marque, afin de créer de la cohérence entre les actions de promotion des différents acteurs.



LIEN UTILE

Découvrez notre stratégie marketing complète



COMMUNE DE
VAL DE BAGNES

Commune de Val de Bagnes
Rte de Clouchèvre 44 - 1934 Le Châble VS
valdebagnes.ch



Verbier Tourisme
Route de Verbier Station 61 - 1936 Verbier
verbier.ch