



COMMUNE DE
VAL DE BAGNES

VERBIER 
VAL DE BAGNES

MASTER PLAN TOURISME & STRATÉGIE MARKETING

DÉCEMBRE 2023



UN MASTER PLAN EST UN INSTRUMENT ÉVOLUTIF QUI PERMET DE CLARIFIER LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET D'ASSURER LA COHÉRENCE DES ACTIONS (PUBLIQUES ET PRIVÉES) À MOYEN ET LONG TERME

- Le MASTER PLAN permet d'assurer une planification directrice en fixant les objectifs et les moyens sans avoir un caractère contraignant
- Il permet à l'ensemble des parties prenantes d'avoir une vision claire et transparentes des intentions de la Commune de Val de Bagnes, de Verbier Tourisme et des prestataires du tourisme
- Le MASTER PLAN fournit ainsi une base solide permettant à l'ensemble des acteurs d'orienter leurs actions dans un sens commun

OBJECTIF ET MANIÈRE DE L'ATTEINDRE



ÉVITER DES ERREURS



PROCESSUS MASTER PLAN

02.2020

- Identification du besoin de réaliser un master plan (SDV)
- Important, mais pas prioritaire (réorganisation, covid, ...)

02.2021

- Début du processus / Commune - Verbier Tourisme
- Comité de Pilotage - Entretiens

02.2022

- Choix du mandataire externe
- Structuration du processus

eufysia

PROCESSUS



PROCESSUS PARTICIPATIF



15 séances du comité de pilotage
26 entretiens individuels
15 ateliers participatifs
3 sondages

ÉTAT DES LIEUX - ÉLÉMENTS INTERNES

FORCES

ENVIRONNEMENT

altitude, position, nature, neige, accessibilité, climat

SOCIAL

qualité de vie, qualité du bâti, cosmopolite, havre de paix

ECONOMIE

entreprenariat, dynamisme, multitude d'acteurs

GOVERNANCE

commune investie

POSITIONNEMENT

nom de Verbier, réputation

OFFRE

multiplicité de l'offre, 4 saisons, événements, domaine skiable

INFRASTRUCTURES

remontées mécaniques, écoles internationales, Transport le Châble - Verbier

PUBLIC CIBLE

diversité de la clientèle, clientèle jeune, fidélité, clientèle haut de gamme



FAIBLESSES

ENVIRONNEMENT

-

SOCIAL

logement personnel, trafic dans Verbier

ECONOMIE

synergie entre partenaires

GOVERNANCE

législation, procédures

POSITIONNEMENT

vision commune, absence sur certains marchés, 4 saisons

OFFRE

offre MICE, offre famille, offre hors ski
offre des ailes de saisons, accueil et restauration des remontées mécaniques

INFRASTRUCTURES

centre sportif, infrastructure MICE
infrastructures vélo

PUBLIC CIBLE

-

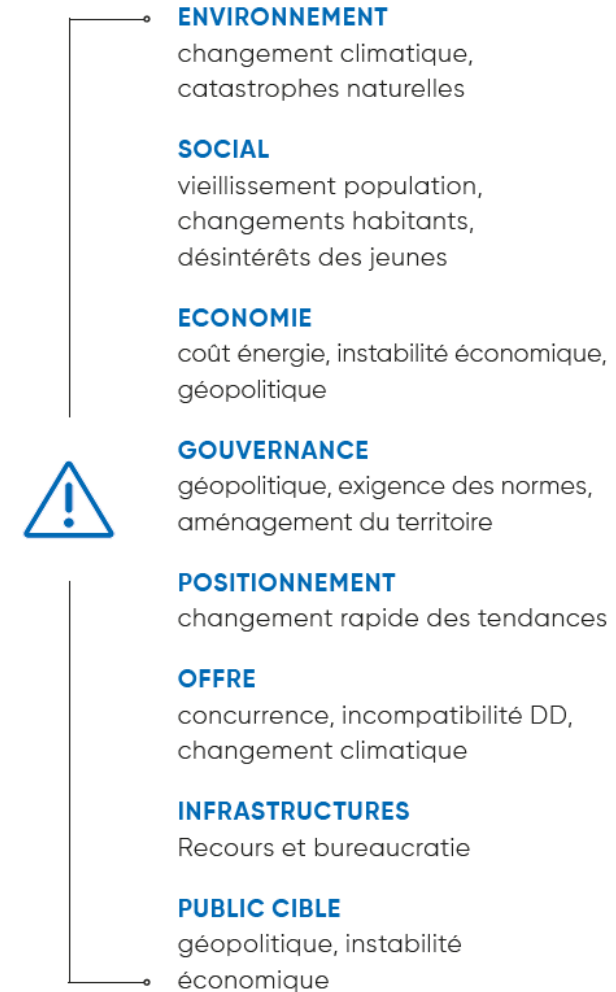


ÉTAT DES LIEUX - ÉLÉMENTS EXTERNES

OPPORTUNITÉS



MENACES



/ TERRITOIRE

Territoire, nature et paysages

Le paysage constitue la force principale de la destination, il s'agit de préserver ses qualités et sa beauté, qui contribuent au bien vivre des habitants de la Commune.

La Commune de Val de Bagnes présente également une diversité culturelle qui fait une de ses forces.

Société

Les enjeux au niveau des habitants reposent sur plusieurs éléments clés, à savoir:

- mieux les impliquer dans les processus de gestion du tourisme,
- préserver une habitabilité de la commune pour les locaux et pour les travailleurs du tourisme,
- et conserver, développer et cultiver la qualité de vie.

Economie

L'économie sur la Commune a été reconnue comme très dynamique, il s'agit de conserver cet élan et de permettre aux acteurs locaux de profiter de l'évolution touristique..

Gouvernance

Le système de gouvernance est reconnu comme bon et efficace, il faut pouvoir continuer dans une dynamique de collaboration tout en renforçant la participation des jeunes, des habitants et des nouveaux résidents dans la recherche de solution et dans les processus de décision.

/ TOURISME

Positionnement et promotion

La destination «Verbier» touche l'ensemble de la Commune de Val de Bagnes. Il s'agit de valoriser une destination au cœur de l'Europe, en renforçant les dimensions «nature» et «durable», en mettant en avant la culture et le patrimoine tout en restant positionné comme destination de ski.

Offres

Les défis sont multiples. La qualité doit être maintenue et améliorée. Les offres 4 saisons doivent être consolidées, voir développées et les familles doivent être mieux considérées dans cette évolution. La fête et l'après-ski restent au cœur du positionnement, il est fondamental de conserver l'offre en la matière.

Infrastructures

Les remontées mécaniques sont la colonne vertébrale de la destination, il faut veiller à en conserver la pérennité et améliorer la qualité du service. Les infrastructures sportives et de loisirs doivent suivre les tendances et les demandes.

Hôtes et publics cibles

L'arrivée en station doit être améliorée, tant au niveau transports publics que véhicules privés. De même l'expérience en station et dans les villages doit permettre de laisser plus d'espace aux piétons et réduire la présence des voitures. Il faut également renforcer la qualité de l'accueil de nos hôtes et veiller à leur fidélisation.

objectif

ambition

**/DEVENIR UNE RÉFÉRENCE DES
DESTINATIONS DE MONTAGNE DU
TOURISME DURABLE ET 4 SAISONS**

orientation
qualitative

Orientation
quantitative

/ 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.

AXES DE RÉALISATION

ÉCONOMIE, EMPLOI ET FORMATION

DURABILITÉ

INFRASTRUCTURES ET MOBILITÉ

OFFRE, ACCUEIL ET QUALITÉ

MARKETING ET PROMOTION



AXES DE RÉALISATION - OBJECTIFS

ECONOMIE, EMPLOIS ET FORMATION

- Renforcer les collaborations entre les parties prenantes
- Consolider l'attrait fiscal et parafiscal
- Soutenir et promouvoir la production agricole locale
- Améliorer les conditions cadres pour les acteurs du tourisme
- Encourager et soutenir la formation dans les métiers du tourisme

INFRASTRUCTURES ET MOBILITÉ

- Dimensionner les infrastructures aux ambitions de la destination
- Favoriser une mobilité durable qui garantisse l'accessibilité à l'ensemble du territoire
- Consolider et compléter l'offre en transports publics

MARKETING ET PROMOTION

- 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

DURABILITÉ

- Préserver le patrimoine naturel et culturel
- Mettre en place une politique touristique durable
- Renforcer l'intégration et les liens entre les habitants et le tourisme
- Réaliser un urbanisme durable qui réponde aux besoins du tourisme
- Asseoir l'offre sanitaire

OFFRE, ACCUEIL ET QUALITÉ

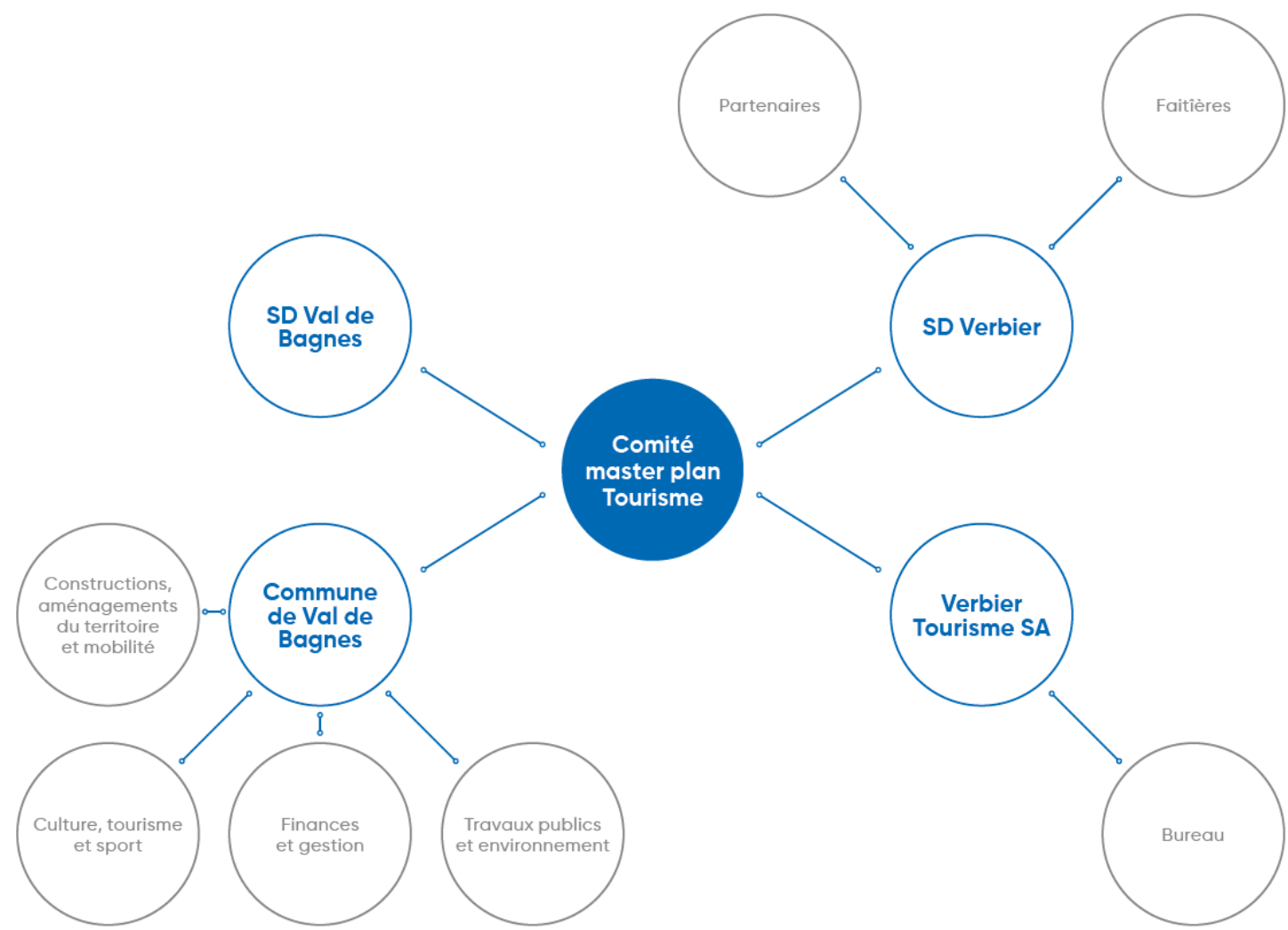
- Renforcer les offres existantes en favorisant le lissage géographique et 4 saisons
- Soutenir la création de nouvelles offres en respectant les critères de capacité et durabilité
- Renforcer l'accueil et la qualité
- Valoriser le patrimoine culturel et artistique



MASTER PLAN ≠ OREILLER DE PARESSE



SUIVI & ÉVOLUTION DU MASTER PLAN



SUIVI DES PROJETS - ORGANISATION & OUTIL



COMMUNE DE
VAL DE BAGNES

Master Plan Tourisme



Orientation stratégique

Objectifs généraux

Axes de réalisation

Contacts

En cours de réalisation

☒ 2023

☒ 2024

☐ 2025

☐ 2026

☐ 2027

Priorités

O3

Durabilité

AR3.1

Préserver le patrimoine naturel et culturel

PLEn.01.1

Projets de biodiversité

Origine

Commune VDB

Responsabilité

Descriptif

Suivi

Indicateurs

Parties prenantes

Projets de biodiversité

2021 - 2024, En cours

Budget approximatif: CHF 100'000

[Etat décembre 2021] : Le dicastère "Travaux publics et environnement" a entrepris depuis plusieurs années une politique d'entretien du réseau routier visant à favoriser la biodiversité. L'entretien différencié des talus routiers qui se pratiquait à Bagnes a été étendu au territoire de l'ancienne commune de Vollèges en 2021. Cette gestion consiste à adapter les périodes de fauche en fonction des altitudes et des expositions des talus de route afin de permettre aux espèces d'accomplir leur cycle de reproduction. Une quinzaine d'hôtels à insectes ont également été fabriqués en 2021 et posés dans les alentours des différents villages. Lors de travaux de génie civil, l'ensemencement des accotements routiers se fait dorénavant avec des semis indigènes pour augmenter la biodiversité de ces surfaces.

[1er semestre 2022] : Une dizaine d'hôtels à insectes ont à nouveau été fabriqués pour être posés sur l'ancienne commune de Vollèges. 2 ruches ont également été fabriquées et seront posées sur une parcelle communale située entre Le Cotterg et Vollèges. Les nuclées arriveront courant mai et le premier miel estampillé "Commune de Val de Bagnes" sera dégusté à l'automne 2022. Une prairie fleurie de 1200 m2 sur une parcelle bourgeoiale a été semée en avril avec des écotypes indigènes. Elle se situe à proximité du dépôt des travaux publics de Versegères et arrivera à maturité et à un certain équilibre en 2026. Une étude sur la revitalisation des cours d'eau (Dranse de Bagnes) a été lancée.

RELATION axes de réalisation :

☐ AR1.1 Tenir à jour le Master Plan

☐ AR1.2 Cultiver la dynamique participative

☐ AR1.3 Informer l'ensemble des parties prenantes des évolutions du Master Plan

☐ AR2.1 Renforcer la collaboration entre les parties prenantes

☐ AR2.2 Conserver l'attrait fiscal et parafiscal

☐ AR2.3 Soutenir et promouvoir la production agricole locale

☐ AR2.4 Améliorer les conditions cadres pour les acteurs du tourisme

☐ AR2.5 Encourager et soutenir la formation dans les métiers du tourisme

☒ AR3.1 Préserver le patrimoine naturel et culturel

☐ AR3.2 Mettre en place une politique touristique durable

☐ AR3.3 Renforcer l'intégration et les liens entre les habitants et le tourisme

☐ AR3.4 Réaliser un urbanisme durable qui réponde aux besoins du tourisme

☐ AR3.5 Asseoir l'offre sanitaire

☐ AR4.1 Dimensionner les infrastructures aux ambitions de la destination

☐ AR4.2 Favoriser une mobilité durable qui garantisse l'accessibilité à l'ensemble

☐ AR4.3 Consolider et compléter l'offre en transports publics

☐ AR5.1 Renforcer les offres existantes en favorisant le lissage géographique et 4

☐ AR5.2 Soutenir la création de nouvelles offres en respectant les critères de capa

☐ AR5.3 Renforcer l'accueil et la qualité

☐ AR5.4 Valoriser le patrimoine culturel et artistique

☐ AR6.1 Passer d'une station à une marque partagée

☐ AR6.2 Incarner une destination indépendante des saisons

☐ AR6.3 Booster l'événementiel comme renforcement de la marque et accélérat

☐ AR6.4 Favoriser la préférence à travers le data driven marketing et la fidélisatio

INDICATEURS Commune :

Plan de législature

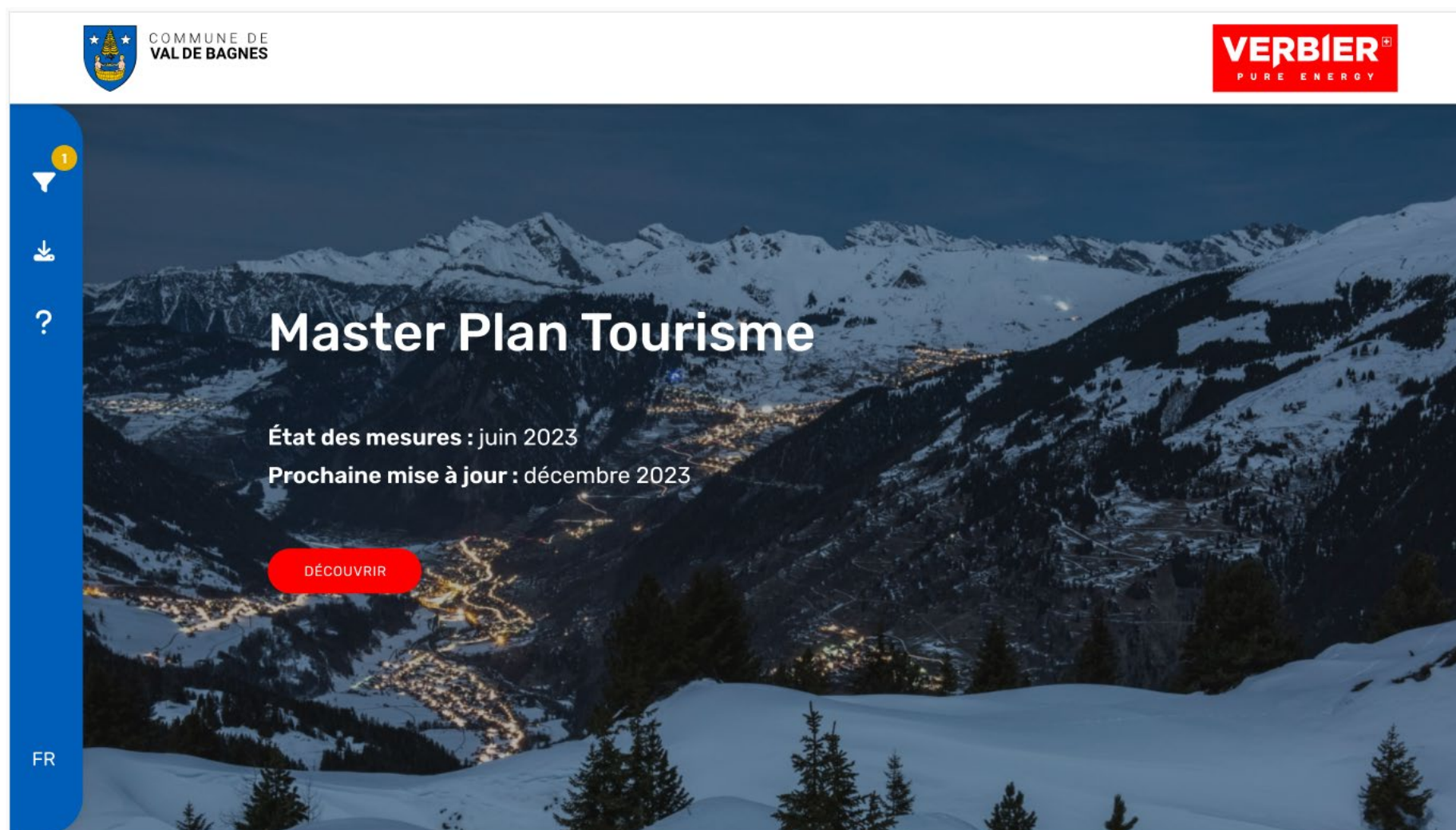
Défi

Priorité

A vocation touristique

Service communal

Nombre emploi prévu



SUIVI DES PROJETS - COMMUNICATION



COMMUNE DE
VAL DE BAGNES



ECONOMIE, EMPLOIS ET FORMATION



FR

?

↓

⌵

Axes de réalisation

☒ Economie, emplois et formations

☐ Durabilité

☐ Infrastructures et mobilités

☐ Offre, accueil et qualité

☐ Marketing et promotion

☐ Suivi du Master Plan et communication

Status

☐ Non commencé

☒ En cours

☐ Terminé

Parties prenantes

☒ Verbier Tourisme SA

☒ Commune Val de bagnes

☒ Projet identifié Master Plan

ARTICLES

RENFORCER LA COLLABORATION ENTRE LES PARTIES PRENANTES

Projets de biodiversité

2023 - 2024

EN COURS

ECONOMIE, EMPLOIS ET FORMATION

VERBIER TOURISME SA

1er semestre 2023

Le service culturel a défini le programme architectural et l'étude de faisabilité a été poursuivie par les architectes

2ème semestre 2023

Le projet est intégré dans les réflexions générales sur les aménagements publics du Châble. Un groupe de travail a évalué les emplacements proposés par l'étude de faisabilité. En 2023, une étude sera faite sur les publics cibles des institutions culturelles communales.

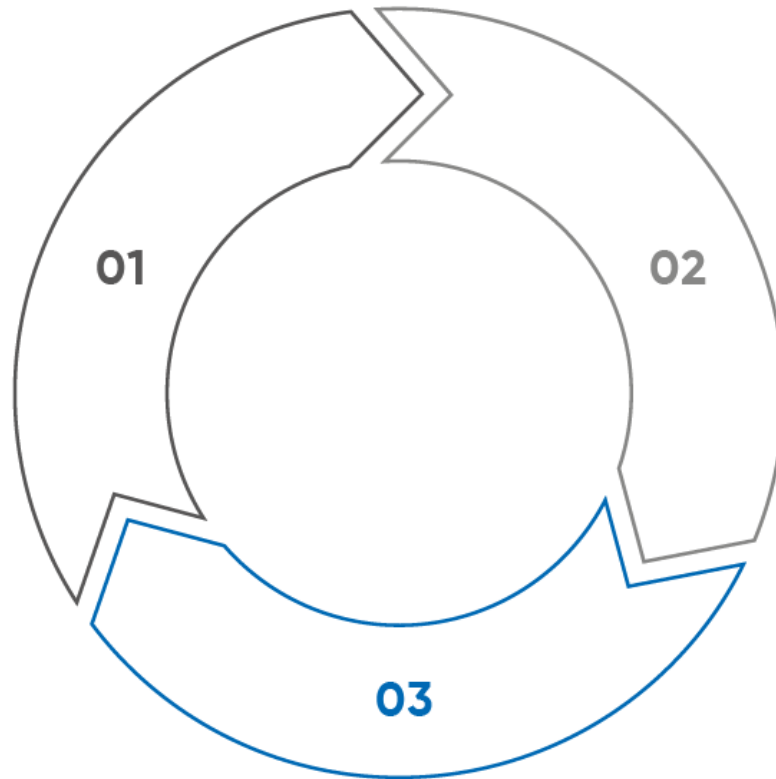
1er semestre 2024

La commune est labélisée « commune de montagne - jeunesse notre avenir ». Grâce à l'action et la coordination de l'ASDE, notre commune a obtenu ce label en août 2022. Par ce label, la commune s'engage à suivre et travailler sur les « éléments mis en avant » issus de la réflexion des jeunes des communes labélisées. Les thématiques soulevées cette année sont : les logements abordables pour les jeunes dans nos communes, la mobilité et les offres d'emplois.

Centre sportif

2023 - 2025

PLAN D'ACTION - UN PROCESSUS DYNAMIQUE



01 ENJEUX

Analyse de la situation afin de déterminer l'évolution des enjeux et d'identifier si de nouveaux enjeux apparaissent.

02 PROJETS

Identification des projets à réaliser ou à faire évoluer au regard avec l'évolution des enjeux.

03 EVALUATION

Evaluation des projets en relation avec indicateurs et les objectifs du Master Plan

STRATÉGIE MARKETING



STRATÉGIE MARKETING

2014

Création de la stratégie
Processus collaboratif

- Verbier promotion
- Partenaires touristiques
- Young & Rubicam

2022

Adaptation à l'évolution des
tendances et aux
orientations stratégique et
opérationnelles de la
destination

- Verbier Promotion
- SDV - SDVB - Commune
- Agence Alps



/ 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.

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

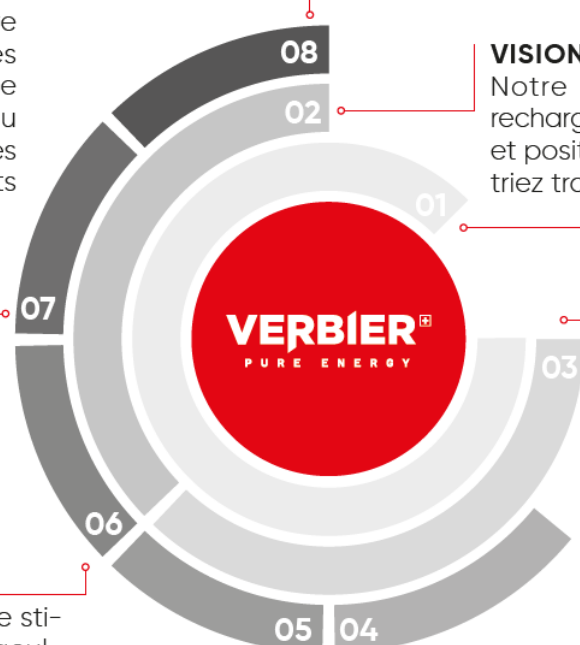
Elle procure une énergie et une stimulation qui décuplent les facultés, performances et sensations de chacun sur les plans physique, émotionnel et aspirationnel

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



POSITIONNEMENT

THIS IS VERBIER.

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

VISION

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



LA MARQUE «VERBIER PURE ENERGY»

TENDANCES DE CONSOMMATION



POSITIONNEMENT



ESSENCE DE LA MARQUE

01

RUPTURE

Le tourisme doit casser le rythme de la vie quotidienne. Nous devons proposer des moments de break pendant leur séjour.

02

RETROUVAILLES

Les touristes ont besoin de se recentrer autour de leurs proches (amis, familles, communautés)

03

RESSOURCEMENT

Les vacances sont devenues un espace-temps où l'on se guérit des maux de la vie moderne (promiscuité, bruit, stress, pollution, isolement,...)

04

RETOUR À LA NATURE

Les touristes ont besoin d'être immergés dans un environnement naturel exceptionnel, simple et accessible.

05

RÉASSURANCE

Les touristes ont besoin d'être accompagnés tout au long de leur voyage. La destination doit valoriser ses preuves d'engagements envers son territoire et ses clients, et bannir les contraintes.

THIS IS VERBIER

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



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

NOS AXES STRATÉGIQUES



**PASSER D'UNE STATION À UNE MARQUE FORTE,
PARTAGÉE ET DONT CHACUN EST FIER**



**ADAPTER NOTRE DÉVELOPPEMENT AUX AMBITIONS
DE LA DESTINATION**



**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**

COMMENT TOUS DEVENIR ACTEURS ?

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.



MERCI POUR VOTRE ATTENTION



**DO
MARKETING.**

BUT MAKE IT
VERBIER