

# Hé!

## RÉSUMONS.

### LA POLITIQUE TOURISTIQUE À L'HORIZON 2030.



#### CONTEXTE ET ENJEUX

Depuis 2015, le Val d'Anniviers a adopté une stratégie touristique structurée, consolidant son attractivité et sa gouvernance. À l'aube de 2030, une nouvelle feuille de route est nécessaire pour répondre aux défis économiques, sociaux et technologiques affectant le développement touristique anniviarde. Cette stratégie mise sur l'innovation et une coordination entre les acteurs locaux afin de maintenir la compétitivité du Val d'Anniviers comme destination touristique face à une concurrence accrue.

Les principaux défis incluent :

- Une clientèle variée aux attentes multiples, nécessitant des offres personnalisées.
- La digitalisation croissante et l'évolution des attentes touristiques.
- Le renforcement de la cohésion entre résidents permanents, résidents secondaires, saisonniers et touristes.
- Une adaptation aux nouvelles tendances de consommation touristique, privilégiant des séjours durables, mémorables et immersifs.



#### VISION 2030

Le Val d'Anniviers ambitionne de devenir une destination alpine exemplaire, combinant excellence touristique, durabilité, et qualité de vie. Le positionnement stratégique repose sur l'idée d'un espace à la fois touristique et résidentiel, attractif tout au long de l'année. L'accent est mis sur le développement d'une offre riche et variée qui valorise l'authenticité, les infrastructures modernes et les ressources naturelles de la vallée.



#### AXES STRATÉGIQUES

- **Accueil et information** : Moderniser les infrastructures d'accueil, former les acteurs locaux et renforcer la visibilité des services proposés afin d'offrir une expérience mémorable aux visiteurs.
- **Animations et événements** : Créer un calendrier attractif d'événements tout au long de l'année pour fidéliser une clientèle variée.
- **Mobilité et accessibilité** : Améliorer les transports publics et la fluidité des accès à la vallée, en prenant en compte les aspects saisonniers.
- **Marketing et promotion** : Renforcer la visibilité nationale et internationale du Val d'Anniviers, notamment en ciblant des marchés clés grâce à des campagnes innovantes.
- **Innovation touristique** : Développer de nouveaux produits et expériences mettant en valeur la vallée, sa nature et ses montagnes pour séduire différents segments de clientèle.



#### VALEURS ET POSITIONNEMENT

Le Val d'Anniviers se distingue par son authenticité, ses paysages et sa diversité. Les quatre stations phares (Grimentz, Saint-Luc, Zinal et Chandolin) et les villages environnants proposent une large gamme d'activités, allant des sports d'hiver et d'été à des expériences et événements culturels. Le territoire privilégie un tourisme à taille humaine, tout en consolidant son attractivité grâce à des infrastructures modernes permettant d'offrir un catalogue varié d'activités tout au long de l'année à l'extérieur comme en intérieur.



#### MESURES PHARES

- Développer des initiatives pour encourager l'interaction entre visiteurs et communautés locales, renforçant l'identité collective, le sentiment d'appartenance et l'engagement pour le développement du tourisme au Val d'Anniviers.
- Prolonger la saison touristique en enrichissant l'offre printanière, estivale et automnale.
- Encourager les jeunes locaux à s'impliquer dans les métiers du tourisme à travers des programmes éducatifs et des formations.
- Inscrire la durabilité comme élément essentiel à prendre en compte dans tout développement touristique futur.

#### CONCLUSION

La politique touristique d'Anniviers à l'horizon 2030 reflète une volonté d'allier excellence opérationnelle, attractivité, authenticité et convivialité. Avec des objectifs clairs et une approche collaborative, Anniviers se positionne comme une destination de choix pour les visiteurs, tout en répondant aux attentes de ses habitants.

Cette stratégie repose sur l'engagement collectif, où chaque acteur contribue à maintenir la prospérité et l'attractivité de la vallée.