



POLITIQUE TOURISTIQUE
+ ANNIVIERS TOURISME SA

2024-2030

>> LE TOURISME << EN ANNIVIERS

À L'HORIZON 2030





TABLE DES MATIÈRES

- 4 ■ AVANT-PROPOS
- 8 ■ CONSTATS GÉNÉRAUX,
CONTEXTE ET ÉTUDES
- 16 ■ RÔLE ET FONCTIONNEMENT
- 18 ■ LA POLITIQUE TOURISTIQUE
ANNIVIARDE À L'HORIZON 2030
- 22 ■ VALEURS ET POSITIONNEMENT
- 24 ■ OBJECTIFS
- 30 ■ CONCLUSION



AVANT-PROPOS

En 2015, le Val d'Anniviers a posé les bases de sa stratégie touristique pour la période 2015-2020, une feuille de route qui a guidé nos actions, stimulé l'innovation et renforcé notre positionnement dans un environnement touristique en constante mutation. Ce travail a aussi solidifié la gouvernance de la destination, à la suite de la création de la commune d'Anniviers, avec la mise en place d'Anniviers Tourisme SA.

Aujourd'hui, face aux nouveaux défis économiques, environnementaux et sociaux, il est temps de prolonger cette démarche avec une vision actualisée pour la période 2025-2030. Ce document s'inscrit dans cette continuité tout en intégrant les nouveaux enjeux majeurs de l'industrie touristique.

Les principaux défis identifiés lors de l'élaboration de cette politique sont les suivants :

1 Évolution des attentes des touristes : Les visiteurs recherchent de plus en plus des expériences mémorables, authentiques, durables et connectées à la nature. Nous devons donc renforcer nos offres, en mettant l'accent sur l'interaction avec les communautés locales.

2 Digitalisation et nouvelles technologies : La digitalisation est désormais un levier central pour améliorer l'expérience des visiteurs. Investir dans la digitalisation et renforcer notre présence en ligne sont essentiels pour répondre aux attentes modernes et offrir une expérience fluide.

3 Compétition internationale accrue : Dans un contexte de concurrence croissante entre destinations, il est impératif d'affirmer un positionnement distinctif et de valoriser nos spécificités culturelles et naturelles pour attirer et fidéliser nos visiteurs.

4 Hétérogénéité de la clientèle : Il est important de définir des publics cibles clairs, tout en intégrant les attentes des résidents locaux et des résidents secondaires.

5 Equilibre entre développement économique et préservation de l'environnement : La gestion durable du tourisme en montagne doit répondre aux pressions environnementales, sociales et climatiques, tout en conciliant le soutien aux communautés locales et la protection de la biodiversité. Face aux impacts du changement climatique, il est crucial d'adapter l'offre touristique pour rester attractif tout au long de l'année.

6 Synergies au sein de la destination : La coopération entre les différents partenaires touristiques de la vallée doit être renforcée afin de mutualiser les ressources et offrir une expérience harmonieuse aux visiteurs tout au long de leur séjour. Il est important de garder des actions, animations et manifestations pour donner davantage de dynamisme à la vallée.

7 Impliquer la population et les acteurs locaux : Le recrutement de personnel qualifié reste un défi. Des actions doivent être menées pour faciliter l'accès au logement et promouvoir les métiers du tourisme auprès des jeunes locaux.

8 Mobilité et pics de fréquentation : Améliorer la mobilité au sein et vers la vallée est essentiel pour éviter les goulets d'étranglement et garantir une expérience fluide aux visiteurs.

9 Activités indoor : Développer des activités proposées à l'intérieur permettrait de capter un public plus large et de prolonger les séjours tout en offrant une solution intéressante en cas de mauvais temps.

Une seule destination, 4 stations : Le Val d'Anniviers offre la richesse de 4 stations, chacune avec ses atouts et spécificités. L'une des premières missions d'Anniviers Tourisme SA a été de définir clairement le positionnement de ces stations et leurs publics cibles, tout en s'appuyant sur les segmentations et recommandations de Suisse Tourisme (détailées dans le point 2.7.) En plus de ses stations, le Val d'Anniviers se compose aussi de plusieurs villages et hameaux qui proposent également une offre touristique authentique et en lien avec leur histoire et leurs traditions. Ces produits touristiques sont notamment plébiscités durant les saisons estivales et automnales durant lesquelles la clientèle est plus mobile et généralement plus curieuse.



Méthodologie

Cette nouvelle stratégie est le résultat d'un processus collaboratif et participatif, mené avec l'appui de la HES-SO Valais et en étroite concertation avec les acteurs touristiques de la vallée. Une approche en plusieurs étapes a permis de construire une vision partagée pour l'avenir du tourisme en Anniviers.

Ateliers participatifs : Des ateliers ont été organisés avec les parties prenantes locales pour recueillir leurs attentes et idées. Ces échanges ont permis de dégager une vision commune pour le développement touristique.

Collaboration avec la HES-SO Valais : L'accompagnement académique a apporté une analyse approfondie des tendances touristiques actuelles et futures, ainsi que des recommandations basées sur des données fiables et récentes.

Pressions environnementales et sociales : L'analyse des meilleures pratiques d'autres destinations alpines a enrichi notre réflexion et permis d'adapter les solutions aux spécificités de notre région.



CONSTATS GÉNÉRAUX, CONTEXTe ET ÉTUDES

2.1 CADRE GÉNÉRAL

Dans un tourisme mondial en perpétuelle évolution, le Val d'Anniviers doit valoriser ses atouts uniques pour se démarquer. L'économie suisse, traditionnellement axée sur des activités de niche à haute valeur ajoutée, privilégie des expériences de qualité, d'authenticité et de diversité. Cette approche est essentielle pour Anniviers, qui doit s'adapter aux nouvelles attentes des visiteurs.

Face au coût de la vie élevé en Suisse, la vallée doit cibler une clientèle recherchant des séjours de haute qualité, tout en répondant à la demande croissante pour un tourisme durable. Cela implique de développer une offre qui s'étend sur l'ensemble de l'année, en mettant à profit ses ressources naturelles exceptionnelles tant en hiver qu'en été.

Plusieurs facteurs externes influencent cette évolution :

- **Transformation du secteur immobilier :** Avec la réduction de la construction de résidences secondaires et un focus croissant sur la rénovation, le Val d'Anniviers voit son paysage immobilier se transformer, avec une montée en puissance des résidences hôtelières. Cette évolution modifie non seulement l'offre d'hébergement, mais également le profil économique de la région.
- **Environnement économique instable :** L'Europe, marquée par un ralentissement de la croissance, et un renforcement du Franc suisse pour les visiteurs étrangers, créent des défis économiques majeurs. Cette situation demande aux destinations comme Anniviers de renforcer leur résilience et de s'adapter en permanence.
- **Difficultés de recrutement :** La pénurie de main-d'œuvre, exacerbée par le manque de logements accessibles, est un frein crucial pour le développement économique.
- **Equilibre financier :** Le développement touristique est notamment lié à la santé financière communale qui dépend parfois d'événements extraordinaires et de la vision stratégique du Conseil communal.

Dans ce contexte, Anniviers bénéficie de solides atouts : un environnement naturel préservé, des infrastructures de qualité et un tissu d'acteurs locaux dynamiques. Cependant, l'innovation et l'adaptabilité restent primordiales pour maintenir son attractivité à long terme.

2.2 CADRE LÉGAL

La loi cantonale sur le tourisme, révisée en 2014, impose aux communes de collaborer avec les acteurs locaux pour définir leur politique touristique en harmonie avec les orientations cantonales. Cette gouvernance collaborative est cruciale pour garantir des décisions alignées avec les objectifs de durabilité et d'innovation, déjà mentionnés dans notre vision stratégique.

2.3 APPORTS SOCIO-ÉCONOMIQUES DU TOURISME

Le tourisme joue un rôle clé dans le développement socio-économique du Val d'Anniviers, contribuant à freiner l'exode rural et à améliorer la qualité de vie. À l'horizon 2030, il est essentiel de :

- Encourager et favoriser l'établissement durable des jeunes en Anniviers en leur offrant des perspectives professionnelles diversifiées.
- Sensibiliser aux métiers du tourisme et faciliter l'accès à des formations de qualité, notamment en gestion touristique et durabilité.
- Attirer une nouvelle génération de visiteurs, sensible aux enjeux de durabilité et d'authenticité.

Ces actions visent à renforcer les ressources de la commune pour gérer les infrastructures, tout en créant un cadre de vie attractif et compétitif.

2.4 STRUCTURE ÉCONOMIQUE DE LA COMMUNE D'ANNIVIERS

L'économie d'Anniviers se compose de plusieurs secteurs clés, chacun contribuant à la vie économique et sociale de la vallée :

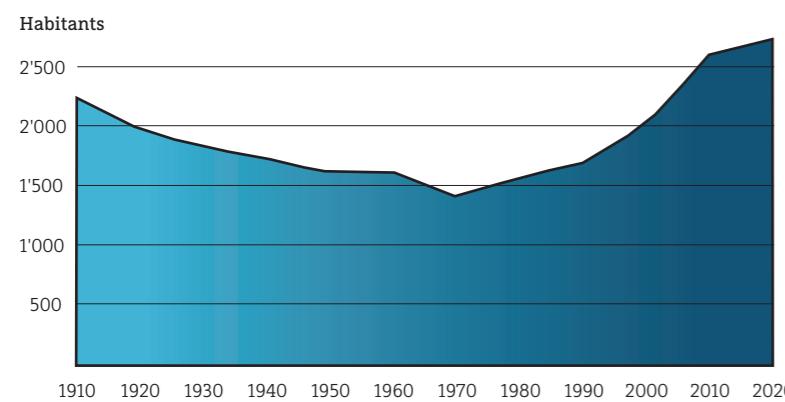
- **Tourisme** : Essentiel pour la commune, le secteur touristique doit évoluer en proposant des expériences uniques et diversifiées, tout en répondant aux attentes croissantes pour un tourisme durable.
- **Exploitation des ressources hydroélectriques** : Ce secteur, crucial pour l'économie locale, doit s'adapter aux nouvelles normes environnementales et aux défis énergétiques.
- **Économie résidentielle** : Ce secteur englobe les activités publiques et privées qui répondent aux besoins des résidents, principaux et secondaires, et des visiteurs, telles que les services éducatifs, bancaires, postaux et commerciaux. Cette économie est cruciale pour assurer la qualité de vie locale et soutenir le développement de la commune.
- **Construction** : Bien que traditionnellement induite par d'autres activités économiques, la construction doit aujourd'hui répondre à de nouveaux défis, notamment la diminution de la construction de résidences secondaires et l'accent mis sur la rénovation durable. Cette transformation impacte le profil immobilier de la vallée et nécessite une adaptation continue aux besoins du marché.
- **Agriculture** : Bien que minoritaire, ce secteur est vital pour la préservation des paysages et la gestion du territoire, éléments clés pour l'attractivité touristique.

Malgré cette diversité, un défi persiste : fournir des opportunités d'emploi pour tous les résidents. L'économie montagnarde doit chercher à équilibrer les différentes activités pour assurer une prospérité durable.

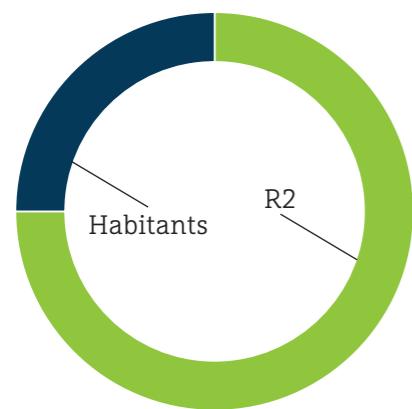
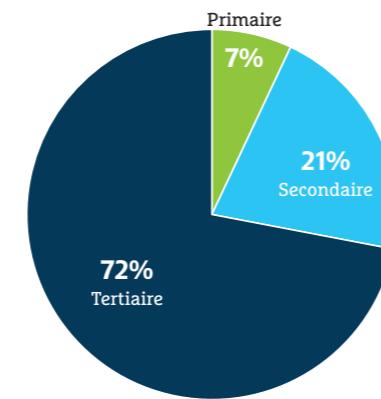
Depuis la fusion des communes en 2009, le sentiment d'appartenance au Val d'Anniviers s'est renforcé, contribuant à une meilleure cohésion sociale et à un engagement local accru.

PORTRAIT SOCIO-ÉCONOMIQUE EN GRAPHES CI-APRÈS :

2.4.1 Évolution démographique



2.4.2 Répartition de la population active par branche d'activité



2.4.3 Répartition habitants / résidences secondaires

En 2024, sur 5'448 logements facturés, 4'065 sont des R2 ce qui représente 75%,

2.4.4 Fréquentation des remontées mécaniques des RMGZ



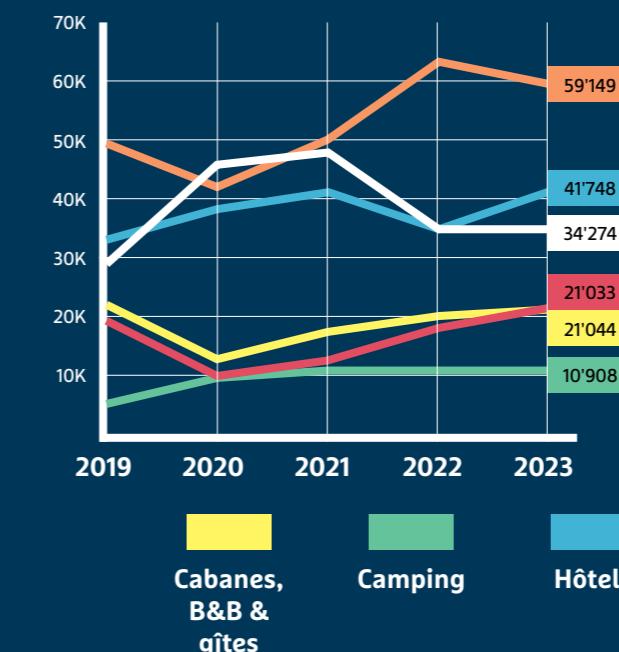
2.4.5 Fréquentation des remontées mécaniques du FUNILUC



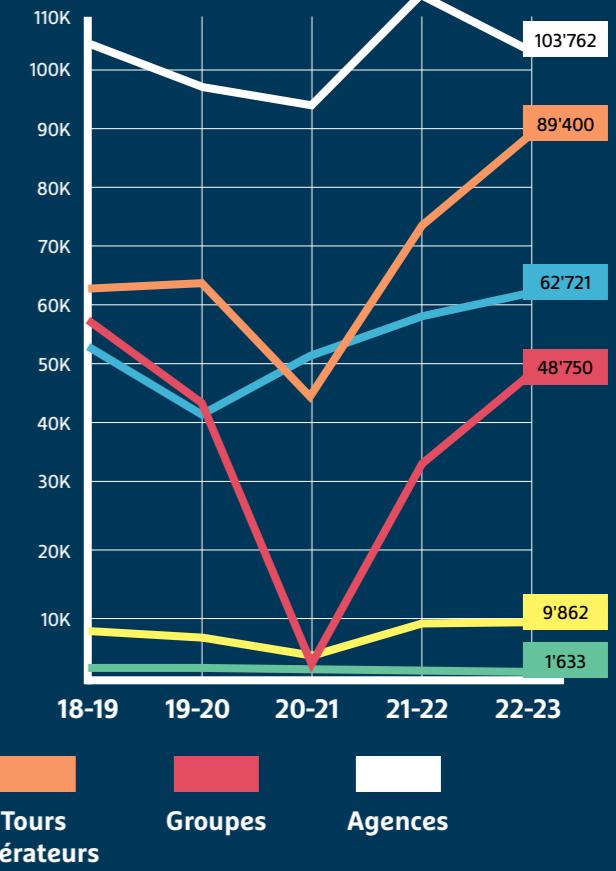
2.4.6 Nuitées touristiques



ÉTÉ



HIVER



188'156
NUITées
durant l'été
2023



316'128
NUITées
durant l'hiver
2022-2023

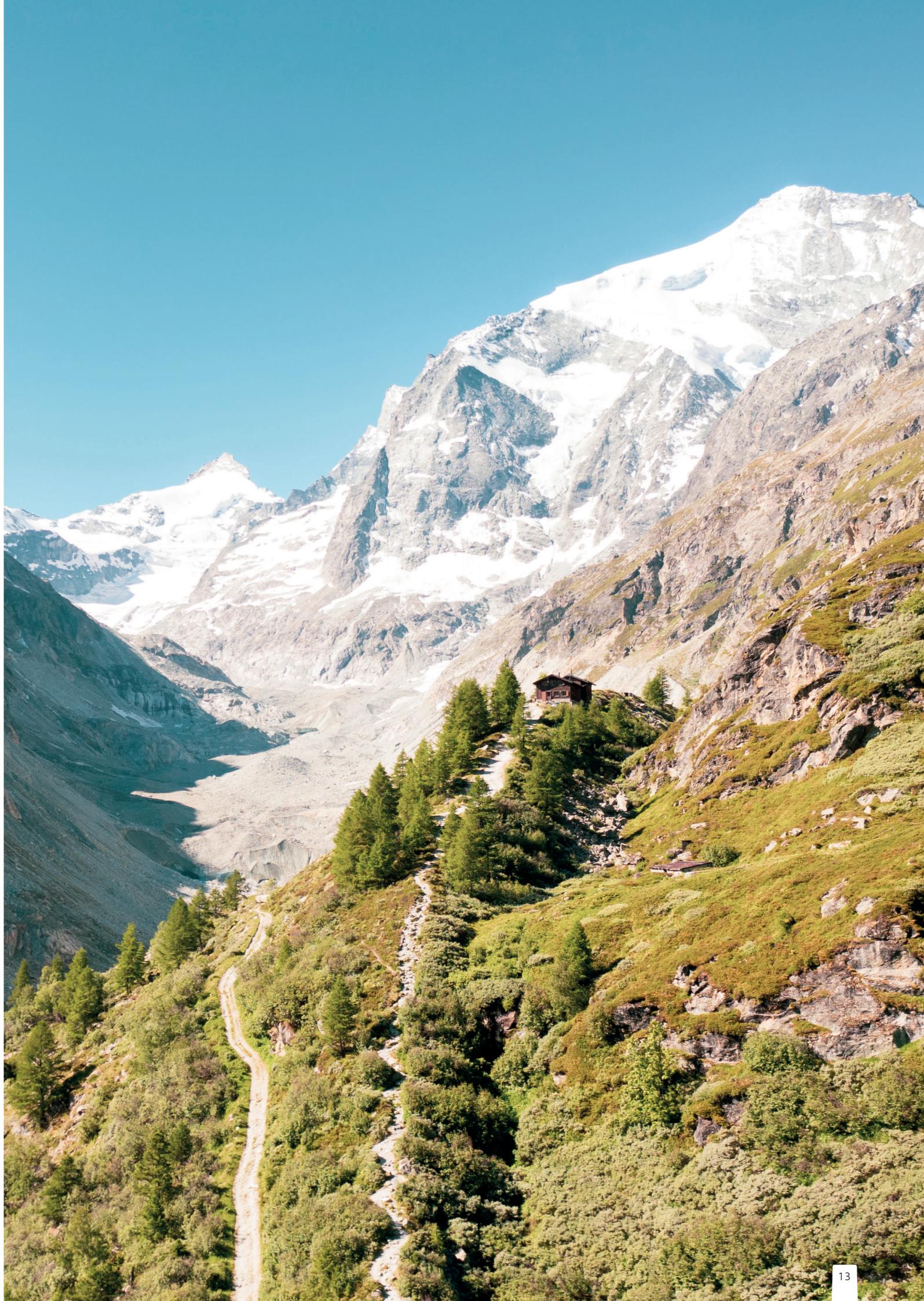
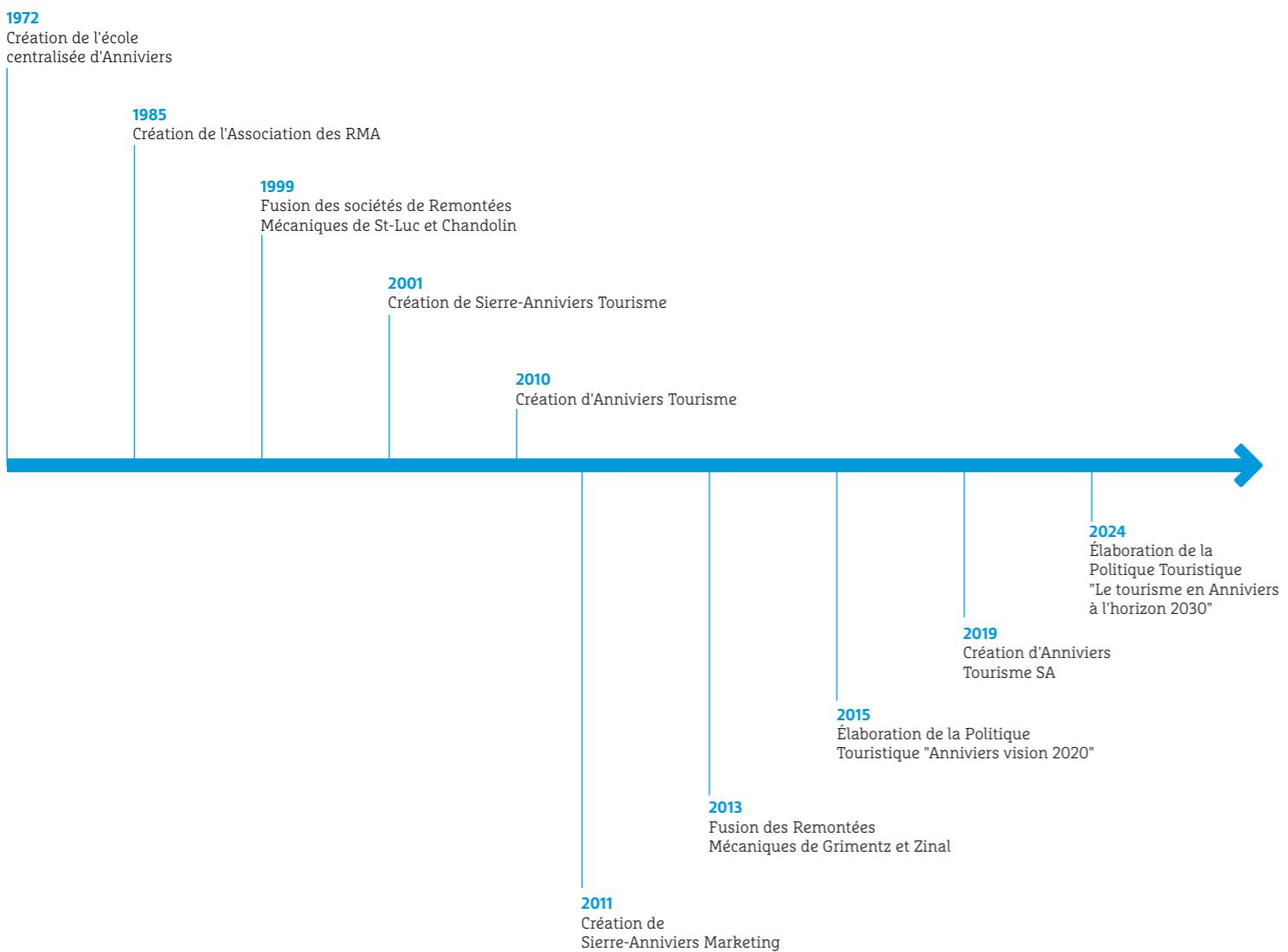
2.5 UN DOCUMENT – CADRE : LE TOURISME EN ANNIVIERS À L'HORIZON 2030

Anniviers a élaboré ce travail en s'appuyant sur des études antérieures et des indicateurs socio-économiques. Ce document révèle les piliers de l'économie Anniviarde (tourisme, énergie, patrimoine bâti, agriculture) et précise leur articulation dans un plan stratégique.

FORCES	FAIBLESSES
Cadre naturel Authenticité Vie associative Gouvernance Infrastructures sportives Evènementiel et animation Positionnement fort Offre diversifiée et complémentaire	Vieillissement para-hôtellerie Capacité d'accueil pour des gros volume Bureaucratie étatique Mobilité et accès Faible implication des petits villages dans l'offre touristique Dépendance à l'hiver Dispersion de l'offre des produits locaux
OPPORTUNITÉS	MENACES
Adaptation de l'offre aux conséquences du réchauffement climatique Adaptabilité et résilience face à l'évolution de la demande touristique Développement de l'agritourisme Marchés étrangers (Europe & overseas) Valorisation des métiers du tourisme auprès des jeunes Anniviards Diversification de l'offre touristique	Changement climatique Evolution de la demande Authenticité fragile Image et pratique du ski en baisse Séjours last minute ou de courte durée Faible connaissance d'Anniviers à l'internationale Bénévolat en baisse RH : recrutement et logement du personnel Surtourisme à éviter Marges en diminution dans la branche

2.6 PROCESSUS DE CENTRALISATION - SYNTHÈSE DES ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS

1972 est une date symbolique, elle marque le début d'un processus de « centralisation », à la base de la force d'Anniviers à ce jour. Plusieurs documents, dont cette politique touristique ainsi que la précédente intitulé "Anniviers Vision 2020", s'appuient sur ce processus.

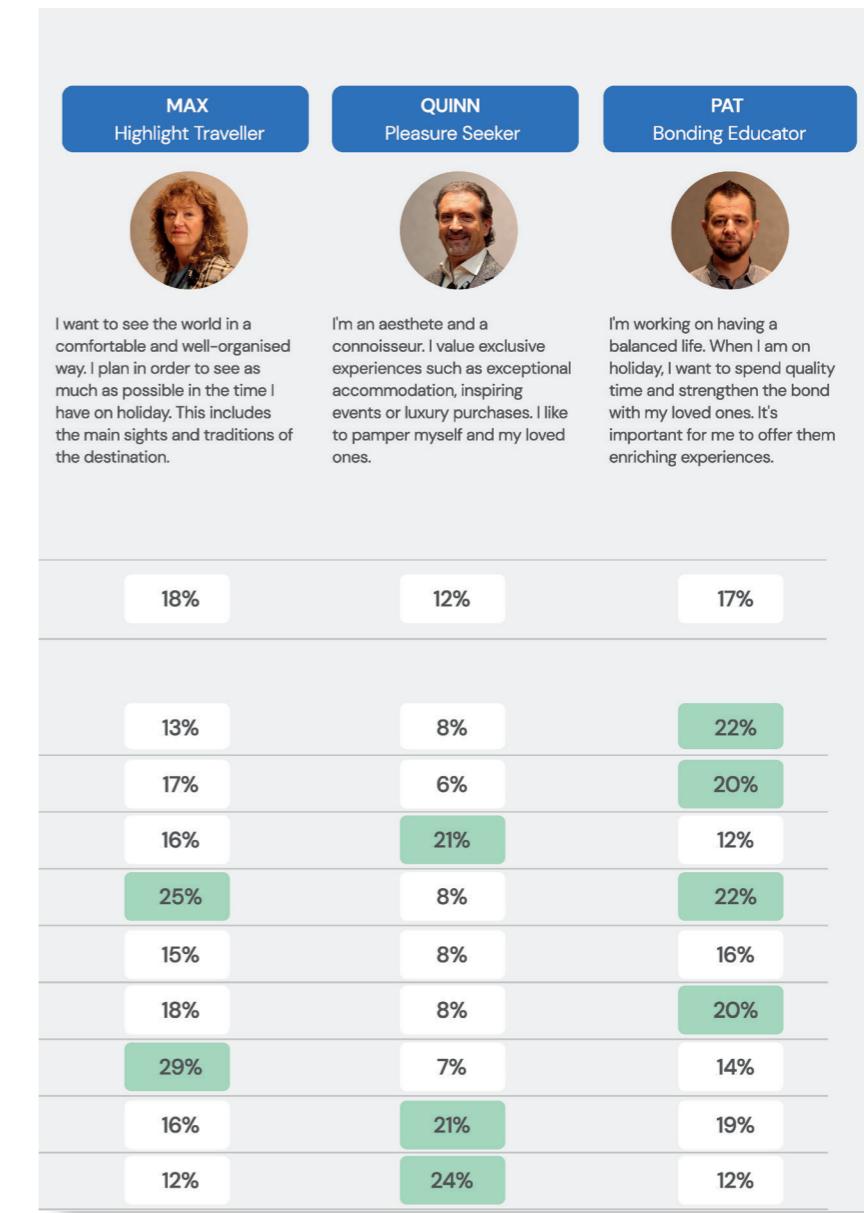
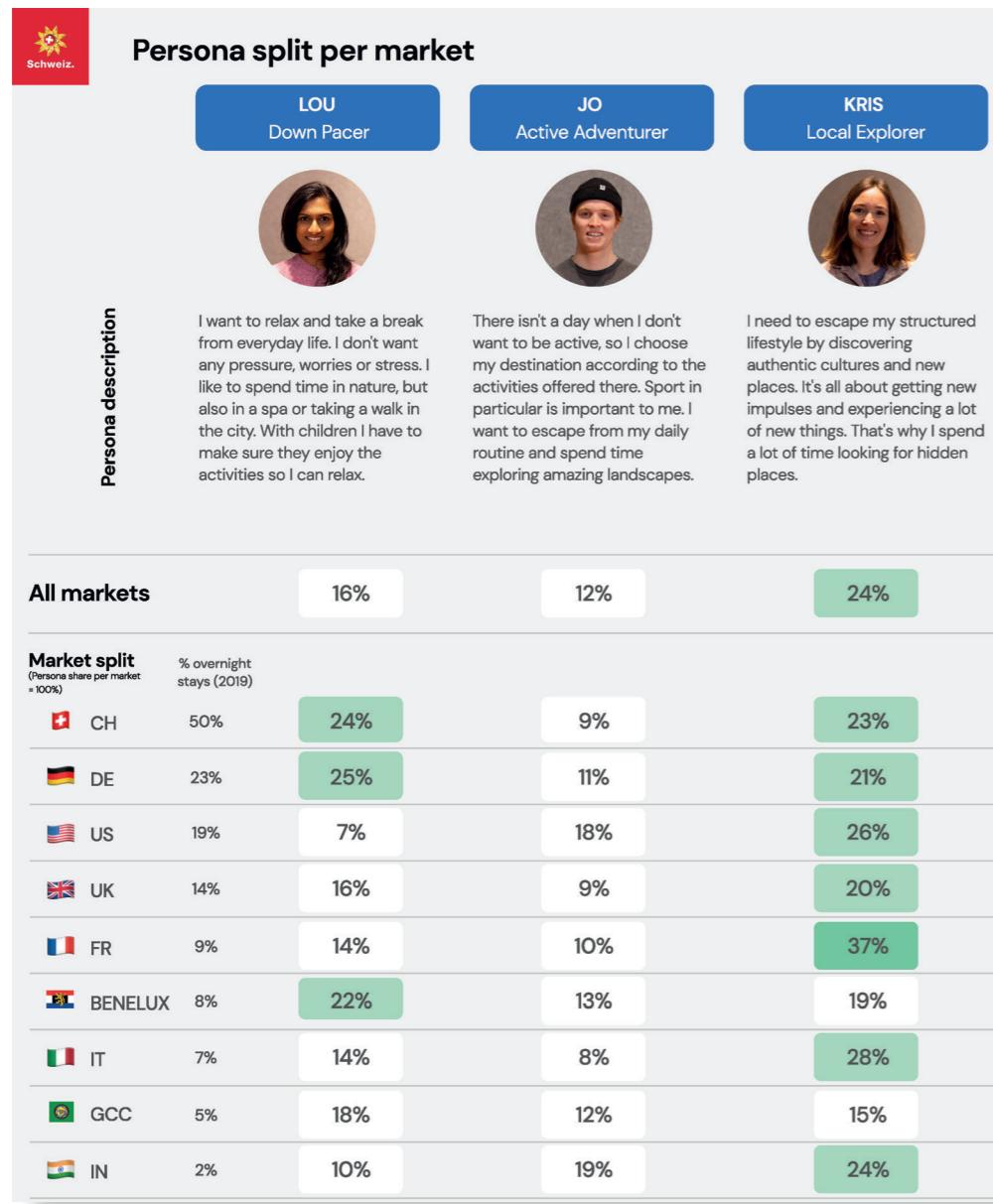


2.7 SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE

Pour adapter son offre, Anniviers doit identifier les différents profils de visiteurs et résidents :

- **Résidents principaux traditionnels** : Connus pour leur attachement à l'histoire et à la culture locale, ils voient le tourisme comme une branche économique.
- **R2 (résidents secondaires)** : Ils apprécient l'environnement et recherchent des activités récurrentes, comme la randonnée.
- **Visiteurs de plusieurs jours (touristes)** : En quête d'une offre touristique complète, ils sont des clients actifs des services locaux.
- **Visiteurs d'un jour (excursionnistes)** : Ils pratiquent des activités peu coûteuses, apportant moins de contribution économique.

Afin de garder une cohérence avec le travail réalisé à l'échelle nationale, par Suisse Tourisme, et à l'échelle cantonale, par Valais/Wallis Promotion, la destination du Val d'Anniviers utilise **la segmentation de clientèle et le type de persona créé par Suisse Tourisme** et décrite ci-dessous.



En se basant sur des études scientifiques, Suisse Tourisme a créé six Personas dans le but de mieux comprendre les comportements de nos visiteurs et ainsi leur offrir une expérience plus ciblée et personnalisée. Chaque ligne indique le pourcentage de distribution des personas par marché (total =100%) ; Ainsi, on peut distinguer que le marché Suisse est majoritairement représenté par des profils similaires à Lou, Kris et Pat.

Source : <https://www.stnet.ch/de/personas-swiss-tourism-industry/#frameworks>



RÔLE ET FONCTIONNEMENT

La loi sur le Tourisme du Canton du Valais (LTour, 2014) définit les missions principales de la Commune et des divers organes touristiques. Suite à la fusion des Communes (2009), à l'audit Fischer, puis aux renouvellements réguliers de conventions les liant, les rôles de chaque entité ont constamment évolué pour répondre aux besoins spécifiques du fonctionnement socio-économique de la Commune d'Anniviers, favorisant ainsi une collaboration efficace, cohérente et complémentaire.

3.1 COMMUNE – FACILITE LE DÉVELOPPEMENT DE LA DESTINATION

- Élaborer les lignes directrices de la politique locale du tourisme en collaboration avec les acteurs touristiques et veiller à leur application.
- Faciliter l'équipement et le développement touristique sur le territoire.
- Déléguer l'organisation de l'information, l'animation et la promotion du tourisme local.
- Percevoir les taxes touristiques et veiller à leur utilisation appropriée.
- Encourager la sauvegarde du patrimoine et les projets de création d'entreprises liées à l'hébergement.
- Soutenir les activités de développement touristique d'ATSA et SAM.

3.2 ANNIVIERS TOURISME SA (ATSA) – GESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

- Organiser la coordination générale des opérations touristiques.
- Développer et promouvoir la stratégie touristique.
- Administrer les ressources humaines et financières, et assurer un processus qualité.
- Gérer et soutenir l'information, l'accueil et l'animation touristiques.
- Participer à l'élaboration du marketing national et international avec les partenaires.
- Assurer les tâches déléguées par la Commune avec le budget y relatif.
- Coordonner la formation avec les acteurs du secteur et renforcer leur cohésion.

3.3 SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT (SD) + COMITÉS D'ANIMATION

- Développer et soutenir l'animation locale.
- Assurer les liens entre la population, les associations et les entités présentes sur leur territoire.
- Être pilotée par des comités bénévoles autonomes, en collaboration avec ATSA si nécessaire.

3.4 SIERRE-ANNIVIERS MARKETING (SAM) – PROMOTION TOURISTIQUE

- Développer des stratégies marketing pour la destination.
- Réaliser le marketing national et international pour Anniviers.
- Assurer les relations avec la presse et les tours opérateurs.
- Assurer et renforcer la présence en ligne de la destination
- Gérer les outils communs à la destination en coopération avec Anniviers Tourisme SA.

3.5 PARTENAIRES TOURISTIQUES

- Constituer le socle de l'offre touristique d'Anniviers.
- Adapter leurs activités aux besoins des hôtes et garantir la qualité des prestations.
- Participer à la définition de la stratégie de commercialisation de la destination.
- S'impliquer dans les sociétés de développement et comités d'animation.

La réussite de cette collaboration repose sur l'engagement de chacun à devenir un ambassadeur du tourisme d'Anniviers, en partageant leur passion et leurs connaissances, et en contribuant ainsi à la pérennité et à l'attractivité de notre destination.



La POLITIQUE TOURISTIQUE ANNIVIARDE À L'HORIZON 2030

4.1 LE PROJET COMMUNAL : LA VISION 2030

L'objectif principal du projet touristique d'Anniviers est de trouver un équilibre harmonieux entre prospérité économique et préservation du cadre naturel et culturel de la vallée. Il s'agit de rendre le Val d'Anniviers toujours plus attractif et compétitif, tout en respectant les principes de durabilité et de qualité de vie pour ses habitants.

Ce projet appartient à chaque anniviard, qui doit se sentir acteur du futur de la vallée. L'avenir se construira collectivement, avec pour ambition que chacun y trouve sa place et bénéficie des retombées positives du développement touristique. Une compréhension claire de la stratégie mise en œuvre est essentielle pour relever les défis de demain, qu'il s'agisse de la diversification de l'offre touristique, de l'adaptation aux changements économiques ou de la préservation du patrimoine naturel. La politique touristique d'Anniviers doit ainsi refléter les besoins et les attentes de ses résidents — principaux, secondaires et saisonniers — tout en s'adaptant aux évolutions du marché.

Cette stratégie sera communiquée de manière dynamique et engageante. Il est fondamental que la population comprenne les enjeux et puisse contribuer activement à la mise en œuvre des actions. À travers des dialogues réguliers et une participation continue, la politique touristique se veut inclusive, transparente et au service de tous.

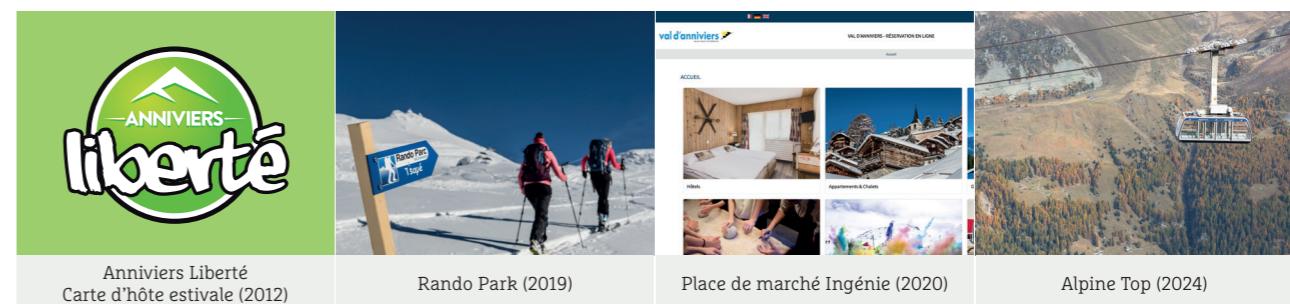


4.2 LA PRISE EN COMPTE DES PROBLÉMATIQUES : DES RÉPONSES ADAPTÉES ET INNOVANTES

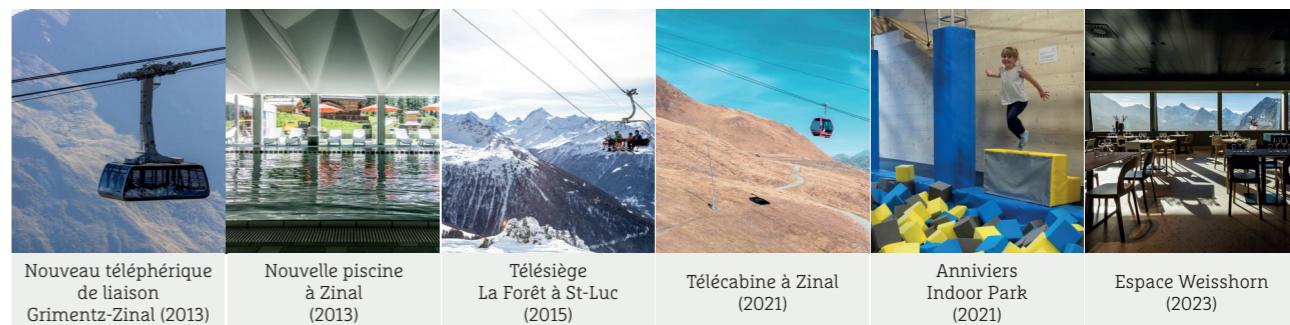
Les gens d'Anniviers, soutenus par l'implication sans faille de comité et personnalités "hors vallée" ont toujours su faire preuve de résilience et d'innovation pour relever les défis de la vie en montagne. Par exemple, lors de la crise du COVID-19, notre communauté a su maintenir une offre touristique attractive, adaptée aux mesures en vigueur, permettant ainsi de soutenir l'économie locale tout en respectant la santé de tous. De même, face aux intempéries qui ont compliqué l'accès à notre destination, l'implication de tous et une communication efficace et proactive ont permis de surmonter ces obstacles.

Au fil des ans, en plus des refontes structurelles, les gens d'Anniviers ont développé des produits, des offres et des infrastructures touristiques avant-gardistes, qui continuent de contribuer au succès croissant de la destination avec l'importance de se fédérer autour de projets communs. Voici quelques **exemples d'actions marquantes réalisées** depuis 2010, qui s'inscrivent dans une démarche de renouveau et de pérennisation :

Produits et services touristiques



Infrastructures touristiques



Hébergements



Ces réalisations témoignent de notre capacité à nous adapter et à innover en réponse aux enjeux de la compétitivité touristique et du développement durable. L'objectif pour l'horizon 2030 est de continuer sur cette voie, en maintenant l'équilibre entre tradition, modernité et respect de l'environnement naturel.

4.3 L'AMBITION : LE DÉVELOPPEMENT D'ANNIVIERS, ESPACE DE LOISIRS ET DE VIE

Sur la base des analyses des forces et faiblesses d'Anniviers, nous nourrissons l'ambition de développer la vallée de manière fonctionnelle, cohérente et durable, à l'instar d'une station intégrée. Grâce à ses atouts, Anniviers a le potentiel pour se maintenir en tant qu'« espace touristique », tout en restant un lieu de vie pour ses résidents à l'année, ses résidents secondaires, ainsi que ses saisonniers.

En effet, il est essentiel de ne pas penser Anniviers uniquement comme une destination touristique, mais également comme un espace de vie équilibré et attractif pour tous ses habitants. Cela implique de prendre en compte les problématiques actuelles telles que la disponibilité et l'accessibilité des logements pour les résidents permanents et saisonniers. Une politique de développement touristique durable doit également favoriser un cadre de vie agréable pour l'ensemble des communautés locales, afin que chacun puisse s'y épanouir.

Pour atteindre cette ambition, plusieurs éléments doivent être développés :

- **Penser le territoire comme un espace de loisirs et de vie :** Anniviers doit être à la fois une destination attractive pour les visiteurs et un lieu de vie agréable pour ses habitants permanents et secondaires.
- **Développer encore davantage "l'esprit Anniviers" :** Un sentiment d'appartenance fort qui unit les résidents, les saisonniers et les visiteurs autour d'une identité commune, respectueuse des traditions locales et tournée vers l'avenir.
- **Identifier les ambassadeurs et créer un programme à l'échelle de la vallée :** Ce programme doit maximiser l'implication de toutes les parties prenantes (bénévoles, saisonniers, partenaires locaux, autorités, etc.) par le biais d'actions adaptées aux différentes communautés. L'objectif est de fédérer la population autour de projets collectifs et de renforcer la solidarité locale.
- **Offrir des expériences touristiques mémorables à nos hôtes et visiteurs :** En capitalisant sur la richesse naturelle, culturelle et historique de la vallée, Anniviers doit se distinguer en offrant des expériences mémorables, tout en respectant les principes de durabilité.

Anniviers, à l'horizon 2030, doit être bien plus qu'une simple destination touristique : un véritable espace de loisirs, de vie et de bien-être, pour les habitants comme pour les visiteurs, où chacun trouve sa place et peut participer activement à son développement.





VALEURS ET POSITIONNEMENT

5.1 ESPRIT ET PRINCIPES FONDAMENTAUX

La communauté d'Anniviers est unie par un fort attachement à son territoire, se traduisant par un engagement en faveur d'un tourisme de qualité. Ce modèle de développement collaboratif, hérité des traditions d'entraide en montagne, a permis de bâtir une économie touristique durable. Les gens d'Anniviers ont toujours été actifs dans des initiatives structurantes, créant des infrastructures et des services innovants qui répondent aux besoins des résidents.

Le tourisme à dimension humaine demeure central dans le positionnement d'Anniviers, axé sur des offres de qualité qui préservent l'authenticité et évitent le tourisme de masse. Cette approche contribue à maintenir une qualité de vie élevée pour les habitants permanents, secondaires et saisonniers, tout en intégrant des enjeux cruciaux tels que le logement et le développement durable.



5.2 POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE : "ANNIVIERS, ESPACE DE LOISIRS ET DE VIE"

L'orientation stratégique d'Anniviers repose sur plusieurs axes clés qui reflètent la richesse de la vallée et amènent une valeur ajoutée au tourisme anniviard :

- **Nature** : L'environnement naturel d'Anniviers est un trésor inestimable. Une attention particulière est portée lors de l'élaboration de projets afin de respecter le cadre naturel qu'Anniviers a su préserver.
- **Montagne** : Les montagnes d'Anniviers sont un symbole fort de son identité. La proximité unique avec les glaciers et la Couronne impériale offrent des expériences naturelles exceptionnelles. Les futurs produits touristiques doivent cultiver et mettre en valeur cet esprit montagnard en s'appuyant sur des expériences authentiques et durables.
- **Activités "Outdoor"** : Grâce à ses paysages et ses infrastructures, Anniviers est naturellement orientée vers les activités de plein air. Cette offre variée, associée à un tourisme quatre saisons, est au cœur de l'expérience touristique. Des sentiers spectaculaires ainsi qu'une haute altitude permettant un enneigement de qualité soutiennent les activités estivales comme hivernales.
- **Authenticité** : Les biens patrimoniaux d'Anniviers, tels que les villages préservés et les traditions locales, doivent être valorisés par des séjours immersifs qui permettent aux visiteurs de découvrir l'histoire, la culture, les traditions et le savoir-faire de la vallée.
- **Qualité et diversité** : La qualité des prestations et leur diversité reste primordiale. Chaque offre, qu'elle soit touristique ou résidentielle, doit viser l'excellence, avec des contrôles rigoureux et un engagement constant pour améliorer les services. Une offre variée doit être maintenue afin de répondre aux attentes des visiteurs, allant des cabanes aux restaurants et événements culturels, tout en respectant l'identité locale.
- **4 saisons** : La répartition des flux touristiques est cruciale pour l'avenir du Val d'Anniviers. Ces derniers doivent se répartir tout au long de l'année grâce au prolongement des saisons hivernales et estivales. Une offre en animations et événements riche et diversifiée, répartie tout au long de l'année et réunissant autant des événements à caractère international que des animations locales doit contribuer au développement d'un tourisme anniviard 4 saisons.

En résumé, la proposition de valeur d'Anniviers repose sur l'équilibre entre un tourisme de qualité et un espace de vie attractif. Ce développement se fonde sur un modèle unique où chaque acteur – habitant, résident secondaire, visiteur, saisonnier – trouve sa place et contribue au succès et à l'attractivité de la vallée. La résilience et l'engagement collectif des gens d'Anniviers, comme en témoigne la manière dont la communauté a surmonté la crise du COVID-19 et a fait face aux intempéries, renforcent encore cette dynamique. Chacun, en tant qu'ambassadeur du territoire, joue un rôle clé dans la construction d'un avenir durable et bénéfique pour tous.



OBJECTIFS

Afin de concrétiser la vision touristique d'Anniviers pour 2030, il est indispensable de définir des objectifs clairs, alignés avec les valeurs, les ambitions et les défis identifiés. Ces objectifs représentent les axes principaux sur lesquels nous devons concentrer nos efforts pour garantir l'attractivité de la destination, et le bien-être des résidents comme des visiteurs.

Chaque objectif doit être conçu pour renforcer le positionnement d'Anniviers en tant qu'espace de loisirs et de vie, tout en intégrant les attentes des acteurs locaux et les tendances touristiques globales. Ils visent à garantir que l'identité unique de la vallée soit préservée, tout en favorisant une dynamique d'innovation et de qualité.

Cette partie identifie ainsi les grandes thématiques autour desquelles s'articuleront les actions futures. Ces axes couvrent l'accueil, les animations et événements, la valorisation des métiers du tourisme, ainsi que d'autres domaines clés liés à l'expérience des visiteurs et à la compétitivité touristique de la région.

Ces objectifs stratégiques, priorisés par Anniviers Tourisme SA, s'inscrivent dans des thématiques définies et sont accompagnés par des mesures concrètes, suivies d'exemples déjà réalisés ou en cours de réalisation.



1 ACCUEILLIR LES VISITEURS

Objectifs :

Faire en sorte que nos hôtes se sentent les bienvenus et unifier les processus d'accueil dans la destination.

Actions :

- Renforcer la formation des acteurs touristiques sur l'accueil et la connaissance de la vallée.
- Améliorer l'information et l'orientation des visiteurs.
- Aller à la rencontre des visiteurs.

Exemples :

Accueil mobile et délocalisé, signalétique améliorée, panneaux et écrans numériques dans les villages.



2 ANIMATIONS ET ÉVÉNEMENTS

Objectifs :

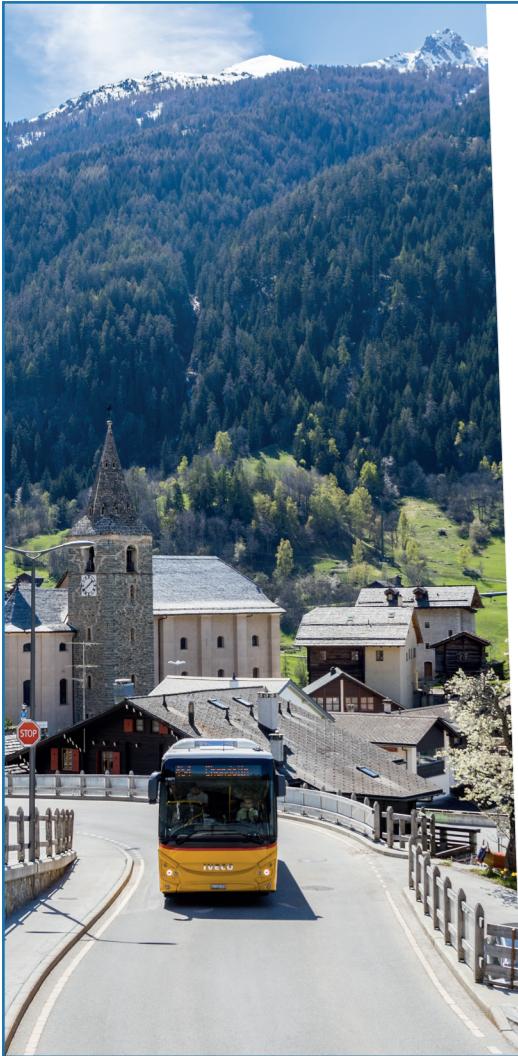
Faire briller Anniviers à travers un programme événementiel riche et varié tout au long de l'année, tout en profitant des événements pour mieux diffuser la marque Val d'Anniviers et ses valeurs au niveau régional, cantonal, national et international.

Actions :

- Privilégier la qualité à la quantité sans craindre de devoir supprimer des animations.
- Prioriser les événements.
- Développer un calendrier d'événements attractifs tout au long de l'année.
- Encourager la participation des communautés locales dans l'organisation d'événements et maintenir le dynamisme des organisateurs.

Exemples :

Prolongement des animations en automne, collaboration avec le Palp Festival, soutien logistique et marketing aux organisateurs.



3 ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ

Objectifs :

Améliorer l'accès à la vallée et la mobilité intra Anniviers.

Actions :

- Renforcer les transports publics et les solutions de mobilité douce (vélos, piétons).
- Améliorer les infrastructures de transport.

Exemples :

Ajout de courses « Car Postal », Pass « Anniviers Liberté », fluidifier les parkings lors des fortes affluences.



5 HAUTE MONTAGNE

Objectifs :

Profiter du positionnement géographique et historique d'Anniviers par rapport aux sommets alpins environnants (couronne impériale).

Actions :

- Développer une offre attractive en lien avec les sommets et les cabanes.
- Valoriser le lien entre les gens d'Anniviers et l'alpinisme.
- Initier nos visiteurs à l'escalade sous toutes ses formes.

Exemples :

Réunir le bureau des guides avec Anniviers Tourisme, maintenir les voies d'escalade existante et en développer de nouvelles, créer un topo d'escalade.

4 MARKETING ET PROMOTION

Objectifs :

Positionner Anniviers comme une destination de choix pour un tourisme de qualité.



Actions :

- Développer des campagnes de communication ciblées.
- Renforcer la visibilité d'Anniviers en tant que destination unique.
- Améliorer les flux touristiques saisonniers grâce aux marchés étrangers.

Exemples :

Entité SAM, collaboration avec la Matterhorn Region AG.

6 INNOVATION ET ADAPTATION

Objectifs :

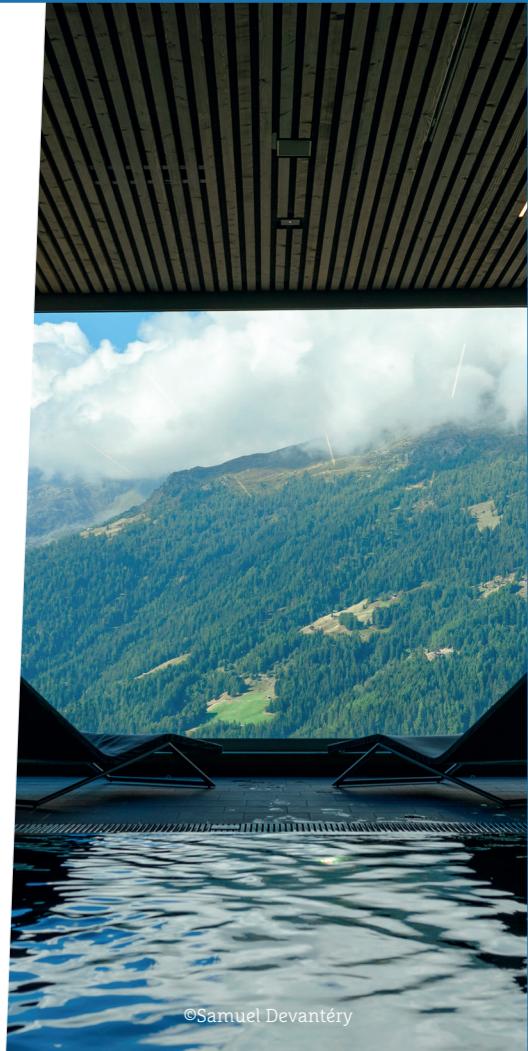
Rester proactif face aux changements économiques et environnementaux et être attentif aux opportunités.

Actions :

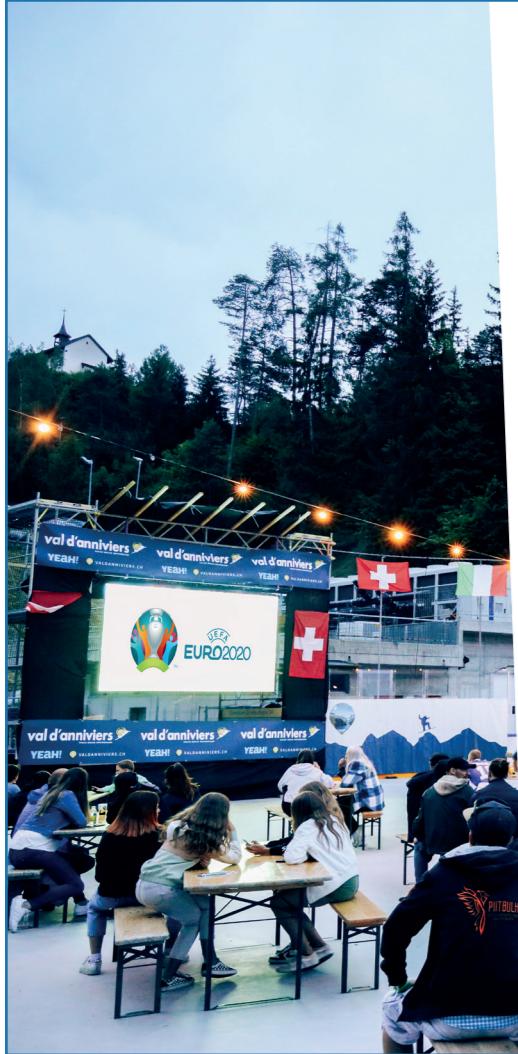
- Favoriser l'innovation dans les offres touristiques.
- S'adapter aux tendances du marché et aux besoins des visiteurs.
- Collaborer avec la HES-SO et autres entités novatrices.

Exemples :

Création d'Anniviers Indoor Parc, bains du Cervin, digitalisation du pass « Anniviers Liberté ».



©Samuel Devantéry



7 VALORISATION DES MÉTIERS DU TOURISME

Objectifs :

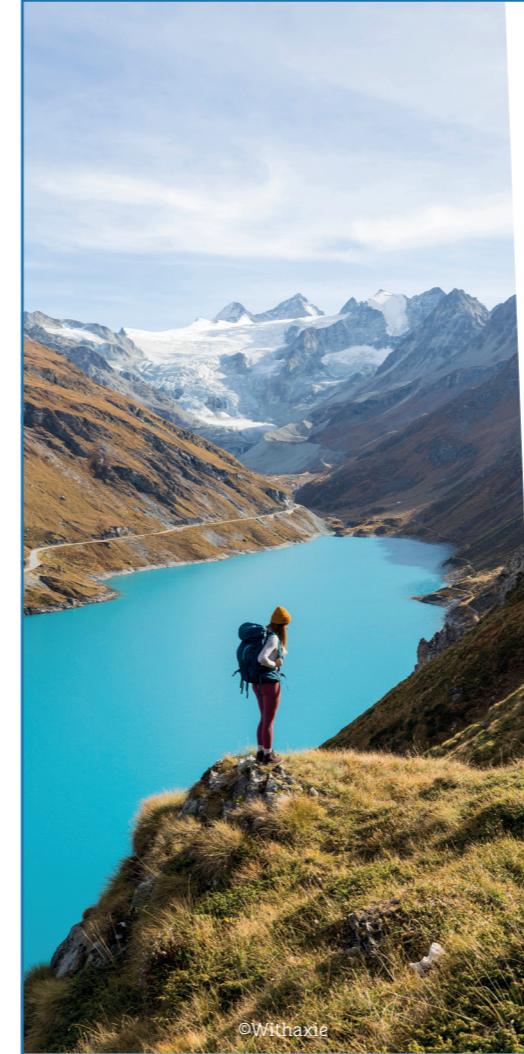
Sensibiliser et former la génération future aux métiers du tourisme.

Actions :

- Présenter les métiers du tourisme au cycle d'Anniviers.
- Collaboration avec la jeunesse d'Anniviers, notamment au niveau événementiel.
- Formation continue auprès des acteurs locaux.

Exemples :

Euro 21 avec la jeunesse d'Anniviers, mise en place de formation continue pour les collaborateurs ATSA, politique des salaires.



9 DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ENVIRONNEMENT

Objectifs :

Poursuivre une offre touristique respectueuse de l'environnement, en intégrant des pratiques durables dans les futurs projets touristiques.

Actions :

- Évaluer l'impact environnemental des nouvelles infrastructures.
- Mettre en place des initiatives de sensibilisation à la durabilité pour les visiteurs et les résidents.
- Considérer les initiatives écologiques
- Assurer la gestion durable des ressources naturelles

Exemples :

Toit solaire de la patinoire de Vissoie, création d'un produit touristique au pied du glacier de Moiry, rehaussement du barrage de Moiry



8 QUALITÉ DE VIE DES RÉSIDENTS PRINCIPAUX ET SECONDAIRES

Objectifs :

Maintenir et assurer un espace de vie « permanent et agréable » en Anniviers.

Actions :

- Développer des infrastructures et des services qui répondent aux besoins des résidents.
- Assurer un équilibre entre l'activité touristique et le bien-être des habitants.
- Considérer les résidents secondaires dans les réflexions stratégiques.
- Favoriser la création de logement à l'année.

Exemples :

Représentation des R2 au sein d'ATSA, inclusion des résidents principaux dans le pass « Anniviers Liberté ».

Ce catalogue, non exhaustif, est évolutif et il sera régulièrement mis à jour par Anniviers Tourisme SA, afin de répondre au mieux aux défis du tourisme, un domaine d'activité en constante évolution, nécessitant des adaptations fréquentes pour maintenir et développer l'attractivité de la région. A l'instar de la politique touristique, ce catalogue de mesures s'adresse à toutes et tous, et chacun peut y apporter ses idées et suggestions constructives.



CONCLUSION

La stratégie touristique d'Anniviers à l'horizon 2030 représente un engagement collectif envers un développement harmonieux, durable et inclusif. En s'appuyant sur ses valeurs fondamentales, son riche patrimoine et la résilience de sa communauté, Anniviers se positionne non seulement comme une destination touristique attrayante, mais aussi comme un espace de vie épanouissant pour ses résidents.

Les objectifs définis dans cette stratégie offrent un cadre clair pour orienter les actions futures. En mettant l'accent sur le développement durable, l'accueil des visiteurs, les animations, la valorisation des métiers du tourisme et la qualité de vie des habitants, **Anniviers aspire à devenir un modèle d'équilibre entre activité touristique et bien-être local.**

La réussite de cette stratégie repose sur l'implication active de tous les acteurs – autorités, entreprises, habitants et visiteurs. C'est ensemble que nous pourrons bâtir un avenir où Anniviers continue de rayonner, tout en préservant son identité et son environnement naturel.

Nous invitons chaque Anniviard à s'engager dans cette démarche et à contribuer à la réalisation de notre vision commune. En unissant nos forces, nous assurerons un avenir prospère pour notre vallée, où chacun trouve sa place et où le tourisme devient un levier de développement respectueux et durable.

David Melly
Président de la
Commune d'Anniviers

Alain Imboden
Président du Conseil d'administration
d'Anniviers Tourisme





ANNIVIERS TOURISME SA

CH-3961 Vissoie

+41 27 476 16 00

info@anniviers.ch

valdanniviers.ch

