

LE VALAIS
UNE MARQUE ÉCRIT
SON HISTOIRE.



GRAVÉ DANS MON CŒUR.

INTRODUCTION

J E A N - M I C H E L C I N A

Volonté politique

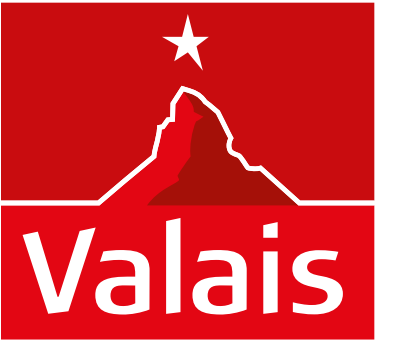


- Une marque propriété de l'Etat du Valais
- Un rôle central dans la promotion du Valais
- Nomination du Conseil stratégique de la marque en 2015 :
 - Elaborer la stratégie
 - Définir les conditions d'utilisation
 - Garantir la cohérence de la promotion
 - Assurer la coordination avec Valais-Excellence
- Une vision intersectorielle
- Un label de qualité et une marque territoriale

CADRE GÉNÉRAL

GÉRALD DAYER

Pourquoi ce travail ?



- Ouverture multisectorielle de la marque
- Cohabitation label de qualité et marque territoriale
- Intégration des promotions régionales à la promotion intersectorielle cantonale
- Intérêt grandissant pour la marque (notoriété et confiance)

Vision de la marque Valais



Fondée sur les valeurs identitaires du canton, la marque Valais pose les fondements d'une promotion territoriale intersectorielle intégrée et efficiente. Elle fédère les prestations et produits valaisans et garantit leur qualité à travers une démarche d'excellence génératrice de valeur ajoutée.

Domaines d'utilisation de la marque Valais



	Label de qualité	Promotion du territoire	
	Produits et services	Organes de promotion	Manifestation
Utilisateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Agriculture • Industrie • Artisanat • Tourisme ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Organes de promotions autorisés (ex. offices tourisme, Interprofessions, ...) • Projets cantonaux (ex. Matterhorn Region SA) • Projets régionaux (ex. PDR, destinations touristiques) ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Manifestation en adéquation avec la stratégie VWP
Exigences générales	<ul style="list-style-type: none"> • Règlement général marque Valais • Règlement sectoriel • Cahier des charges • Contrat d'utilisateur 	<ul style="list-style-type: none"> • Autorisation de la part du Conseil stratégique de la marque • Signature d'un partenariat • Respect CI/CD 	<ul style="list-style-type: none"> • Autorisation de la part de VWP • Respect CI/CD
Critères durabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Valais excellence ou annexe sectorielle qualité entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Valais excellence ou annexe sectorielle qualité entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation au guide pratique manifestations durables de l'Etat du Valais

Le Conseil stratégique de marque



Etat du Valais



Valais/Wallis Promotion



Association des Entreprises
Valais Excellence

Les missions du Conseil stratégique de marque

- Elaborer la stratégie
- Définir les conditions d'utilisation
- Garantir la cohérence de la promotion avec la stratégie
- Veiller à un développement coordonné avec le Label Valais Excellence
- Défendre la marque

Mandat Valais/Wallis Promotion



1. Marketing et communication

- Responsable de la communication générale et du marketing de la marque Valais
- Responsable de l'idée créative ainsi que l'exécution des campagnes en lien avec la marque
- Responsable de la sensibilisation des partenaires internes et externes

2. Gestion opérationnelle de la marque

- Développe et met en place un système de contrôle de l'utilisation de la marque
- Assure la propriété intellectuelle
- Gestion de projets Ad-Hoc

POSITIONNEMENT ET IDENTITÉ DE MARQUE

DAMIAN CONSTANTIN

Ce qui nous rend unique : notre positionnement

- d'un pays aux racines solides
- d'un pays et d'un monde à part
- d'un pays de montagnards
aux origines romaines
- d'un territoire, d'une région
montagneuse, paradisiaque, alpine
et accueillante



Voilà pourquoi
le Valais se positionne comme

**« Le pays source
des Alpes. »**

Ce en quoi nous croyons : nos valeurs

1. **L'humain** : un caractère bien trempé, honnête et authentique, avec un sens aigu de la vie communautaire.
2. **L'excellence** : un engagement total pour une qualité durable s'exprimant dans tous les produits et toutes les prestations.
3. **Le mouvement** : la soif de liberté, l'évolution et le progrès dynamique.
4. **Le bien-être** : le plaisir de profiter pleinement et avec humour de la qualité de vie, la joie de vivre.
5. **L'authenticité** : une nature et un environnement uniques, purs et magnifiques.





Ces valeurs donnent au Valais une force tout à fait particulière

une force qui:

- fait de ce canton une véritable patrie,
- permet de nouer de solides amitiés avec les hôtes et les clients,
- fait de nos partenaires commerciaux des ambassadeurs,
- transforme l'intérêt en fascination et
- suscite un attachement fort, même après un bref séjour ou une visite d'ordre professionnel.

Comment nous pensons et nous agissons: nos principes

- Nous avons le courage d'être différents
- Nous accueillons la nouveauté avec enthousiasme
- Nous voulons fasciner
- Nous respectons l'homme et la nature



Ce qui nous motive chaque jour :
notre mission



*Le Valais te fait vivre
quelques-uns des plus
beaux moments
de ta vie.*

Comment nous nous exprimons : notre tonalité



Marque vivante et sympathique, nous faisons appel aux émotions et voulons toucher les coeurs. Notre communication suscite la fascination.

Nous nous exprimons **d'une manière inattendue, fascinante, chaleureuse, personnelle et directe.**

Nous touchons les gens : nos parties prenantes et nos cibles

Des habitants, des hôtes, des clients, des entrepreneurs, des investisseurs, des étudiants et des visiteurs qui viennent dans le canton pour la première fois.



CHARTE GRAPHIQUE

Comment nous communiquons : notre présence

Nous privilégions systématiquement une approche communicationnelle à 360°, à la fois globale et cohérente.

Les partenaires peuvent intégrer la marque Valais de différentes manières dans leur communication.



Possibilités d'intégration pour les partenaires



La systématique détaillée est présentée dans le guide de marque sous valais.ch/marque

		Degré d'intégration de la marque Valais		
				Degré de la présence propre à la marque
		Intégration complète	Intégration partielle	Intégration minimale
Niveau d'intégration	Utilisateurs autorisés	VWP Canton du Valais (propriétaire de la marque)	Interprofessions, Chambres, Organes de promotion, Services de l'Etat, Destinations touristiques et groupements professionnels (p.ex. Projets de développement régional (PDR))	Entreprises indépendantes, destinations ou autres organisations autorisées à utiliser la marque Valais selon les règles de gouvernance
	Marque	CI/CD (Logo Valais et claim)	CI/CD (Logo Valais et claim)	CI/CD (Logo Valais et claim)
Communication	Communication Image animée / Print	<ul style="list-style-type: none"> • Iconographie Valais (Key Visuals ou visuels standard) • Police de caractères Wallis Handcrafted • Charte graphique Valais • Logo Valais avec claim • Message/Headline basée sur l'idée créative déclinée de la communication par expériences de VWP 	<ul style="list-style-type: none"> • Iconographie Valais (visuels standard ou shootings ad hoc reprenant les codes des images du Valais) • Police de caractères Wallis Handcrafted • Charte graphique Valais • Logo Valais avec claim • Intégration du logo du partenaire selon les guidelines (év. Infos supplémentaires, p.ex. Sponsors/Promotionen etc.) • Message/Headline basée sur l'idée créative déclinée de la communication par expériences de VWP 	<ul style="list-style-type: none"> • Ligne graphique/CD propre • Logo Valais avec ou sans claim (option) • Message/Headline déclinée del'idée créative de VWP (option)
	Produits/Packaging	Packaging Produits sous licence	Packaging	Packaging
		<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation graphique avec illustration ou photo du produit • Police de caractères Wallis Handcrafted • Charte graphique Valais • Logo Valais avec claim • Signet cantonal (p.ex. Saveurs du Valais) 	<ul style="list-style-type: none"> • Design propre dans les zones autorisées et selon les guidelines (illustration, polices, emplacement du logo etc.) • Police de caractères Wallis Handcrafted • Charte graphique Valais • Logo Valais avec claim • Signet cantonal (p.ex. Saveurs du Valais) • Intégration de la carte du Valais (option) 	<ul style="list-style-type: none"> • Design propre • Logo Valais avec ou sans claim (option)

Intégration globale



Intégration partielle



INTERPROFESSION DES FRUITS ET LÉGUMES DU VALAIS
IFELV
WALLISER DIST- UND GEMÜSE BRANCHENASSOCIATION

DAS BESTE AUS 300 SONNENTAGEN.

LA SAVEUR DE 300 JOURS DE SOLEIL.

Wallis
INS HERZ GEMEISSELT.

SPITZENTECHNIK IM HERZEN DER ALPEN.
HALLE 1.1 STAND E15

Walliser Abend
Mittwoch 16.11.2016, 16-18 Uhr
Erleben Sie Walliser Gastfreundschaft.

- Alpin Mécanique Sarl, alpin-mecanique.ch
- Adatis SA, adatis.ch
- Ateliers St-Hubert, ateliers-st-hubert.ch
- Fasa - Fonderie et ateliers mécaniques d'Ardon SA, fasa.ch
- HES-SO Valais-Wallis, hev.s.ch
- Soew SA, soew.ch
- Reco Mécanique, reco-mecanique.ch

wallis.ch/swisstech

Wallis
INS HERZ GEMEISSELT.

VALAIS CÔTÉ PLAINE
RICHESSES ET DÉCOUVERTES

Region Alps
partenaire officiel

Valais
GRAVÉ DANS MON CŒUR.

Intégration minimale



		Degré d'intégration de la «Marque Valais»		
		Degré de la «présence propre à la marque»		
Niveau d'intégration		Intégration complète	Intégration partielle	Intégration minimale
Utilisateurs autorisés	Utilisateurs autorisés	VVD, Canton du Valais (propriétaire de la marque)	Interprofessions, chambres de commerce, organes de promotion, services de l'État, destinations touristiques et groupements professionnels (p. ex. Projets de développement régional (PDR))	Entreprises indépendantes, destinations ou autres organisations qui sont autorisées à se utiliser la marque Valais selon ses règles de gouvernance.
	Marque	CI/CD (logo Valais et slogan)	CI/CD (logo Valais et slogan)	CI/CD (logo Valais et slogan)
	Communication	<p>Communication élargie Image animée/print</p>	<p>Communication élargie Image animée/print</p>	<p>Communication élargie Image animée/print</p>
	Produits/packaging	<p>Packaging produits sous licence</p>	<p>Packaging</p>	<p>Packaging</p>

CONCLUSION

J E A N - M I C H E L C I N A

Conclusion



- Renforcement du positionnement de la marque
- Intégration renforcée promotion régionale -
promotion intersectorielle Valais
- Définition des dimensions label de qualité et promotion territoriale
- Clarification de l'utilisation graphique de la marque (intégration complète, partielle et minimale)
- Adaptation du processus d'obtention de la marque à travers une simplification d'accès