



**POLITIQUE  
TOURISTIQUE  
POUR LA  
VILLE DE SIERRE**

# TABLE DES MATIÈRES

## 01 CONTEXTE

Une même vision pour tous	05
Une ville originale, en pleine mutation	07
Sierre l'agréable, et maintenant ?	08
Gouvernance et cadre légal du tourisme	10
Groupes d'intérêts et attentes	13

## 02 SITUATION ACTUELLE DU TOURISME SIERROIS

Notre philosophie	15
Les points forts de Sierre	16
Valeurs essentielles pour le tourisme de Sierre	17





## 03 IDÉES-FORCES ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Critères de succès	19
Défis majeurs du tourisme sierrois	19
Pistes à développer	21
3 positions stratégiques de succès	22
Vision globale à long terme	29



*“ Et je vois Sierre de l’autre côté, Sierre l’ensoleillée, et toutes les vignes de la Noble Contrée! Sur les sept collines, crie la cigale de l’Orne et dans Muzot, la hulotte ”.*

**Corinna Bille**





**CONTEXTE**

# UNE MÊME VISION POUR TOUS

Elaborée avec les milieux concernés, la Politique touristique s'appuie sur la réalité et le vécu des Sierrois. Son premier succès dépend de la validation des instances politiques et du soutien des acteurs touristiques. Chaque démarche entreprise (événements, produits, communication, etc.) devrait être centrée sur les valeurs définies, propres à notre région et soutenues par tous les partenaires.

Dans un tourisme en pleine mutation, notre région a tout pour plaire et pour bien faire: riches terroirs viticoles, produits authentiques, sites naturels intacts. Sous un soleil généreux, symbole de la ville, la plaine du Rhône peut s'afficher comme une destination touristique à part entière.

Le périmètre touristique sierrois regroupe huit communes, membres ou partenaires de la Société de développement Sierre-Salgesch et Environs: Sierre, Salgesch, Chippis, Grône, Miège, Venthône, Veyras et St-Léonard. Situé sur la frontière linguistique (2 langues, 2 cultures), entre le nord et le sud,

il est le lieu de passage incontournable vers les vallées latérales (Anniviers, Loèche-les-Bains, Vallon de Réchy) et le plateau de Crans-Montana.

Son emplacement au bord du Rhône, entre le bois de Finges et la roselière de Punta Fontana, lui confère de précieux atouts touristiques.

Si le présent document n'est édité que par la Ville de Sierre pour des raisons légales, sa portée concerne et implique l'ensemble des partenaires régionaux.







# UNE VILLE ORIGINALE, EN PLEINE MUTATION

Proche de la nature (présence de la vigne en ville, lacs, parcs naturels, Rhône), Sierre est une cité originale lovée aux pieds de collines arrondies, érodées depuis des millénaires par un Rhône encore sauvage.

La ville est née d'un conglomérat de quartiers, d'abord peuplés par les paysans des vallées et du coteau, autour d'un bourg érigé par de nobles hobereaux originaires du Haut, du Bas et de Savoie, qui ont parsemé le paysage de châteaux campagnards. Depuis le début du XXe siècle, l'usine d'aluminium voisine attire des ouvriers de toute l'Europe.

Aujourd'hui, Sierre accueille d'importants centres de compétences et de formation: Techno-Pôle, Aluminium, Haute Ecole HES-SO Valais.

Dotée d'infrastructures urbaines, d'espaces de loisirs et de sports de plein air (Patinoire de Graben, Lac et Bains de Géronde, Centre sportif d'Ecossia,

golfs à proximité), elle est régulièrement animée par des événements culturels variés (festivals, productions des sociétés locales, créations d'artistes professionnels régionaux ou invités).

Avec son projet urbanistique «Sierre se transforme», la ville a entamé un vaste chantier pour une meilleure qualité de vie. D'ici 2020, son centre donnera davantage de place aux piétons et aux espaces publics, et les schémas de circulation des voitures seront modifiés pour davantage de convivialité dans les rues.



# « SIERRE L'AGRÉABLE », ET MAINTENANT ?

Très prisée au début du XXe siècle comme destination de villégiature pour bourgeois aisés, peintres et poètes (Hôtel Bellevue), «Sierre l'Agréable» s'est par la suite assoupie à l'ombre de l'impressionnant développement du tourisme alpin.

Aujourd'hui, elle peut et doit se réveiller, en se positionnant comme destination touristique à part entière. Les défis à relever ne manquent pas. Il s'agit de développer les possibilités d'hébergement, la signalétique et l'orientation dans la ville, d'augmenter la visibilité des événements et de faciliter la mobilité en ville et alentour.

Ces démarches sont à entreprendre dans un esprit de cohabitation et de convivialité, entre habitants (multiculturalité) et hôtes de passage. Un esprit qui se nourrit de valeurs partagées: créativité dans l'authenticité, dynamisme dans l'ouverture et dans la collaboration, respect des principes de développement durable.

Pour accueillir ses hôtes et leur offrir des prestations de qualité, la Ville de Sierre a besoin de se positionner sur le marché du tourisme:

- En quoi se distingue-t-elle des autres destinations ?
- Quels atouts choisit-elle de mettre en avant ?
- Quelles mesures concrètes peut-elle prendre pour le rayonnement de la région ?

Afin de répondre à ces questions et suivre la démarche du Canton du Valais, Sierre se dote à son tour d'une politique touristique, qui définit:

- **la situation actuelle du tourisme sierrois**
- **les idées-forces et les priorités stratégiques à retenir**
- **un plan avec des objectifs et mesures**







# GOVERNANCE ET CADRE LÉGAL DU TOURISME

La gouvernance du tourisme régional sierrois s'appuie sur trois instances qui représentent la population, les acteurs professionnels et les acteurs touristiques :

- **La Ville de Sierre**

Elle élabore les lignes directrices de la politique locale du tourisme, en collaboration avec les acteurs touristiques locaux et veille à leur application. Elle supervise, finance, coordonne et accompagne la mise en œuvre de cette politique.

- **La Société de Développement Sierre, Salgesch et Environs (SD)**

Elle assure l'information, l'animation et la promotion du tourisme régional. L'Office du tourisme est son principal outil d'exécution pour les tâches qu'avec son accord, lui délègue les communes.

- **Sierre-Anniviers Marketing (SAM)**

Cet organisme est chargé de la promotion auprès des publics cibles concernés et de la communication des produits touristiques de la région Sierre-Salgesch et environs.



Pour rappel, la loi valaisanne sur le tourisme du 9 février 1996 (y.c. modifications du 8 mai 2014) prévoit les tâches suivantes au niveau local:

#### **Art. 2: Politique du tourisme**

**al. 3** La politique locale du tourisme est définie conjointement par les acteurs touristiques locaux et les communes, en conformité avec la politique cantonale.

#### **Art. 6: Tâches des sociétés de développement**

Les sociétés de développement ont notamment pour tâches de:

- a)** participer à l'élaboration de la politique locale du tourisme;
- b)** représenter et défendre les intérêts du tourisme local;
- d)** exécuter les tâches que leur délèguent les communes avec leur accord.

#### **Art. 7: Tâches des communes**

**al. 1 a)** élaborer les lignes directrices de la politique locale du tourisme, en collaboration avec les acteurs touristiques locaux, et veiller à leur application;

- b)** favoriser l'équipement et le développement touristique sur leur territoire;
- c)** percevoir les taxes touristiques, en surveiller l'affectation et l'utilisation et dénoncer les abus à l'autorité cantonale compétente;
- d)** assumer l'information, l'animation et la promotion du tourisme local.

**al. 2** Sauf dispositions contraires dans la présente loi, les communes peuvent uniquement déléguer les tâches énumérées à l'alinéa 1 lettre d à la société de développement et/ou à une entreprise de tourisme.

Selon l'ordonnance concernant la loi sur le tourisme (Art. 4, al.2), les lignes directrices doivent contenir au minimum la vision, le contexte, les orientations stratégiques et l'organisation touristique.





# GROUPES D'INTÉRÊTS ET ATTENTES

## • Instances politiques

Conseil municipal, Conseil général, Etat du Valais.

- Disposer de lignes directrices claires, d'un cadre d'engagement et de collaboration
- Mesurer les moyens à mettre à disposition (investissements et ressources)
- Miser sur la transparence de la démarche

## • Institutions touristiques

SD de Sierre, Salgesch et Environs, Sierre-Anniviens Marketing, Valais Wallis Promotion.

- Considérer l'Office du Tourisme comme un partenaire décisionnel et l'impliquer dans les démarches
- Investir dans des projets concrets aux effets immédiats
- Définir un fil rouge de communication efficace, consulté et différencié

## • Partenaires touristiques

Crans-Montana, Val d'Anniviens, villes et communes environnantes, Pfyng/Finges.

- Considérer Sierre comme la 1<sup>re</sup> vitrine touristique des environs
- Lier la nature environnante à la ville

## • Prestataires touristiques / Groupements divers

Hébergeurs, Commerces, Restaurants, Club PME-PMI, GCS, etc.

- Attirer des clients et commercialiser des produits générant un chiffre d'affaires
- Centraliser les efforts sur la durabilité et moins sur des événements ponctuels

## • Transporteurs

CFF, Cisalpino, TGV Lyria, Bus sierrois, SMC, Cars Ballestraz, CarPostal, LLB, Taxis.

- Garantir la chaîne de mobilité

## • Associations diverses

ASLEC, Associations culturelles, Organismes d'événements, etc.

- Garantir les animations, l'accueil et la participation sociale

## • Entreprises

PME et PMI, grandes industries, propriétaires-encaveurs, etc.

- Garantir un tissu économique attractif et diversifié



# **SITUATION ACTUELLE DU TOURISME SIERROIS**



# NOTRE PHILOSOPHIE

La volonté d'aller de l'avant, de trouver de nouvelles idées et d'élaborer des solutions originales pour les réaliser dépend de nous: créativité et dynamisme assureront le déploiement de cette politique.

Ce déploiement se concrétisera grâce à un accueil basé sur le respect de l'autre.

Cela suppose un dialogue permanent entre les différents acteurs locaux: professionnels, habitants de la ville et des communes environnantes, au profit des hôtes de passage; dans un esprit d'ouverture et de collaboration.

Durant ce processus, il s'agit de préserver les richesses historiques, économiques et culturelles, humaines et sociales de notre région.

Les mesures d'application de cette Politique touristique s'inscrivent dans une vision à long terme de développement durable, dans le respect des principes de base de ce concept.



# LES POINTS FORTS DE SIERRE

Sierre arbore fièrement le soleil sur son drapeau. La région bénéficie effectivement d'un micro-climat exceptionnel.

**Le parc régional Pfyng-Finges**, les réserves de Punta Fontana et du Vallon de Réchy, le tout relié par de nombreux sentiers pédestres, sont autant de buts de promenade dans une nature proche.

**Centre géographique au cœur des Alpes**, à cheval sur la frontière linguistique nationale, la région sierroise est traversée par des axes de communication importants, qui la relient directement au reste de l'Europe: la ligne ferroviaire du Simplon, l'autoroute A9 et le tunnel du Lötschberg à proximité. Elle est le passage obligé vers les stations de montagne voisines: Anniviers, Vercorin, Crans-Montana, Loèche-les-Bains.

**Le vignoble s'inscrit** dans ce décor jusque dans la ville. Le monde du vin habite la région économiquement et culturellement. Les ressources et les

compétences sont en pleine expansion: Vinea, Musée de la vigne et du vin, Fondation du Château de Villa, Sentier viticole, appellation «Coteaux de Sierre», Association «Sierre Grand Cru». La marque «Sierre capitale suisse du vin®» a été déposée, elle est aussi promue dans le cadre de l'appellation «Vinum Montis».

**Au niveau scientifique** et technique, la région existe à travers ses centres de compétences et de formation:

- **Nouvelles technologies: Techno-Pôle consacré aux TIC (Technologies de l'Information et de la Communication).**
- **Aluminium: centre mondial de fabrication.**
- **Haute école HES-SO Valais/Wallis, ses 5 filières de formation et ses instituts de recherche.**
- **Ecole cantonale d'art du Valais (ECAV).**



# VALEURS ESSENTIELLES POUR LE TOURISME DE LA VILLE DE SIERRE

Le développement du tourisme à Sierre doit se baser sur les valeurs qui définissent au mieux l'identité de la ville au travers de ses atouts, de ses forces et de sa personnalité:

- **Authenticité**

AOC, authenticité, émotions, terroir.

- **Nature**

Parc naturel Finges, Lac de Géronde, Rhône, vignoble, Punta Fontana, Val d'Anniviers, Vallon de Réchy.

- **Typicité**

Ouverture, caractère, originalité, découverte, diversité.

- **Créativité**

Qualité, bien-être, identité, culture.



A vibrant night festival in a town square. The scene is filled with a large crowd of people, many of whom are wearing red. In the background, there are several buildings, including a prominent white building with a clock tower and a stage with bright lights. The sky is dark blue with some clouds. The overall atmosphere is festive and lively.

# IDÉES-FORCES ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES



# CRITÈRES DE SUCCÈS

- **Positionnement clair** et soutenu pour permettre à chaque acteur touristique d'orienter ses activités / produits en fonction d'un profil et d'un objectif commun.
- **Ressources financières et humaines suffisantes** pour pouvoir réaliser des projets concrets.
- **Collaboration régionale** (plaine et montagne) tout en prenant un rôle de meneur pour certains sujets régionaux (infrastructure, transports, etc.).
- **Urbanisation conviviale** du centre-ville en phase avec son positionnement, favorisant la rencontre, la qualité des infrastructures et une vision d'ensemble.
- **Valorisation claire** des métiers du tourisme.
- **Communication cohérente** et adaptée au positionnement choisi et à ses thèmes principaux, corroborée à la fierté de ses habitants, les 1<sup>ers</sup> ambassadeurs.

# DÉFIS MAJEURS DU TOURISME SIERROIS

- **L'urbanisme**  
Les résultats de «Sierre se transforme» sont de plus en plus visibles et les effets des premières réalisations suscitent un intérêt et une adhésion croissante.
- **La qualité de vie**  
L'ambiance du centre-ville évolue. La Ville de Sierre doit encore définir l'affectation des espaces publics et les aménagements urbains qui les caractérisent.
- **Le changement d'habitudes**  
Chaque acteur de la ville change progressivement ses habitudes, notamment en matière de circulation, de parking et de mobilité douce.
- **La fierté d'être Sierrois**  
Certains Sierrois ne sont pas suffisamment fiers de leur ville. Ils se montrent parfois trop critiques et peu constructifs. Il importe d'augmenter leur sentiment d'adhésion et d'appartenance à la communauté.
- **La communication**  
La communication institutionnelle doit être plus en phase avec l'actualité, et plus réactive.
- **Le lien aux produits du terroir**  
Le terroir est un atout touristique qui doit être davantage valorisé.





# PISTES À DÉVELOPPER

- Insuffisamment exploitée jusqu'ici, **la plaine du Rhône comme destination touristique** est un positionnement à développer et à promouvoir.
- L'augmentation de la capacité d'hébergement passe par la **diversification de l'offre** qui doit satisfaire différents types de clientèle.
- Le projet urbanistique «Sierre se transforme» vise à optimiser la mobilité au centre ville et à le libérer des nuisances de la circulation automobile. Pendant les travaux de réalisation de ce grand chantier, il faut minimiser les contraintes pour les habitants et les visiteurs. Les conditions nécessaires à l'aménagement urbain d'un centre agréable, à vivre et à visiter, permettront **d'unifier l'espace de la ville avec un mobilier adéquat.**
- La communication est étroitement liée aux enjeux et défis d'une ville et doit faire l'objet d'un soin particulier pour **diffuser les informations** et répondre aux attentes des différents publics.
- Pour accompagner le visiteur dans sa découverte de la ville, un nouveau concept de balisage, apte à l'informer et le guider au mieux, nécessite une **signalétique simplifiée et efficace.**



# 3 POSITIONS STRATÉGIQUES DE SUCCÈS

Vin, soleil, caractère. Ces trois axes stratégiques guident la vision touristique de la ville. Toutes les réflexions et projets des acteurs touristiques (commerçants, hôteliers, OT, etc.) doivent s'orienter autour de ces trois positions.

## **SIERRE, CAPITALE SUISSE DU VIN**

Si cette marque a été déposée, c'est que la ville ne manquait pas d'arguments. Les coteaux de Sierre (1000 hectares), forment la plus grande Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) de Suisse.

Le vin, produit issu d'un terroir, draine toute une culture, reflète un paysage, parle des gens à d'autres gens, ceux qui le font et ceux qui l'apprécient. En trinquant, on retrouve des racines, on partage une identité. Loin de toutes les uniformisations, le vin ouvre les chemins de l'authenticité dont nous sommes, et les touristes en particulier, de plus en plus friands.

Avec ses dizaines de cépages, sa tradition ancestrale, sa pratique et sa production (récompensée par de nombreuses médailles), Sierre et sa région tiennent de sérieux atouts pour développer un œnotourisme de qualité en touchant un public large:

- **Pionnier en Suisse Romande:** naissance de la première confrérie vinicole du Valais (1957, Ordre de la Channe).
- **VINEA:** premier événement promotionnel des vins du pays (depuis 1994). Véritable centre de compétences autour du vin et acteur indispensable pour les projets d'œnotourisme, il organise des concours suisses et internationaux: Grand prix des vins suisses, Mondial des Pinots et Mondial du Merlot.
- **Château de Villa:** nouveau mode de dégustation et de vente (Oenothèque et Sensorama).
- **Musée valaisan de la vigne et du vin:** la seule institution cantonale dédiée uniquement à la vigne et au vin, doublée d'un sentier didactique.
- **Association Sierre Grand Cru:** un atout majeur pour la région avec un vin haut de gamme issu de quatre cépages à maturité tardive réservés à l'appellation, soit l'Arvine, la Marsanne blanche, le Cornalin du Valais et la Syrah.
- **«Vinum Montis»:** une démarche simple, originale et innovante qui vise les passionnés du vin. Forte de multiples partenaires viticoles, la région de Sierre, Salgesch et Environs souhaite profiler le «vin» comme l'essence même de son tourisme.



**NOTRE VISION:** Sierre est la “capitale suisse du vin”®. Il s’agit de la concrétiser tous les jours, au cœur de la ville, par l’authenticité liée au terroir, aux fruits de la terre et au savoir-faire d’artisans passionnés.



# 3 POSITIONS STRATÉGIQUES DE SUCCÈS

## SIERRE, CITE DU SOLEIL

Un vacancier sur deux choisit sa destination en fonction des conditions climatiques. La région sierroise, avec son microclimat «méditerranéen», offre au touriste d'aujourd'hui des conditions exceptionnelles (633 mm de pluie et 300 jours de soleil par année).

Cet atout constitue une garantie supplémentaire pour des séjours de bien-être, des promenades, la découverte de paysages. Le soleil, c'est la nature, la richesse de la faune et de la flore, des milieux protégés à parcourir, des espèces rares à observer. Le microclimat sierrois s'associe naturellement à une offre d'activités « nature – plein air » particulièrement attractive.

Le soleil, c'est enfin de l'énergie! De quoi répondre naturellement aux exigences croissantes du tourisme durable.





**NOTRE VISION:** l’emblème du soleil rappelle la douceur de vivre, la proximité avec la nature, la beauté d’une région louée par de nombreux poètes et chanteurs. Il s’agit de renforcer les projets liés à la qualité de vie, comme la mobilité douce, et de partager les trésors naturels à portée de main.





# 3 POSITIONS STRATÉGIQUES DE SUCCÈS

## SIERRE, VILLE DE CARACTERE

De Glarey à Granges et de Muraz à Sous-Géronde, Sierre est une ville de quartiers à taille humaine, qui s'est développée sur le terreau fertile de la transhumance traditionnelle: les villages sont descendus vers la plaine et se sont agglomérés autour du Bourg médiéval, gardant leurs caractères d'origine.

Dans ce creuset s'est forgé un caractère sierrois typique: humour particulier, esprit festif (les copains d'abord), vie de quartier dans la simplicité et la proximité avec le Haut-Valais, animée par de fortes personnalités.


L'afflux des étrangers (d'autres cantons, européens et plus lointains) et plus récemment de plus de 2000

étudiants qui travaillent dans plusieurs filières de formations post-obligatoires, ajoutent au mélange un piment exotique. Le tout engendre un Sierrois typique un peu particulier.

De grands projets culturels et économiques ont vu le jour à Sierre et se sont épanouis dans la Cité du Soleil au cours des ans: de la course à pied au cinéma/opéra, du bistrot au Château Mercier, une vie associative fleurit en de multiples événements. Couplée à une offre culturelle diversifiée, ces fruits d'une abondante créativité modèlent le visage d'une cité dynamique et prospère qui continue à s'affirmer.







**NOTRE VISION: la ville de Sierre et ses habitants ont du caractère. Il s'agit de promouvoir le patrimoine bâti et humain, valoriser les initiatives innovantes, soutenir la diversité culturelle et la beauté de la cité.**









# VISION GLOBALE À LONG TERME

Sierre dispose d'un centre ville convivial avec des commerces dynamiques et accueillants. Les hôtes apprécient l'ensoleillement unique et le climat favorable de la «Cité du soleil». Un terroir exceptionnel, une solide infrastructure viticole, des centres de dégustations permanents et des événements viticoles attractifs confirment la dénomination «Sierre, capitale suisse du vin®». Sierre est aussi connue pour ses innovations, le savoir-faire de ses entreprises, ses nombreuses formations et sa diversité. Les sierrois sont fiers de leur ville, de son authenticité, de sa nature et de ses événements.

Le présent document doit fédérer une dynamique auprès de tous les acteurs de la ville afin que le tourisme devienne, durant toute l'année, une source de richesses économique, sociale et culturelle pour la Ville de Sierre et ce, dans le respect des principes du développement durable.

La politique locale du tourisme de Sierre a pour but de :

- **Développer l'économie touristique locale.**
- **Influencer positivement les comportements et les attitudes des Sierrois.**
- **Améliorer la qualité perçue par les touristes.**
- **Renforcer l'attractivité générale et le dynamisme de la Ville.**
- **Développer le rôle de plate-forme/interface entre les différents lieux touristiques de la région.**







