



VILLE DE SION

# IMPULSION

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### La Ville de Sion lance la marque territoriale partagée IMPULSION

**La Municipalité veut fédérer tous les acteurs de la vie sédunoise autour d'une même image afin de développer une communication cohérente et plus efficace. L'objectif de créer un écosystème local fort et une communauté fière de porter les valeurs sédunoises et de les faire rayonner.**

Sion vit une mue en profondeur et a besoin d'un positionnement clair et cohérent pour sa communication. La Ville souhaite donc fédérer tous les acteurs de son territoire, qu'ils soient institutionnels, économiques, touristiques, culturels ou sportifs, autour d'une marque territoriale partagée. L'objectif est de créer un écosystème local fort et une communauté fière de porter les mêmes valeurs et les faire rayonner. « Sion est une ville très attractive mais elle peine parfois à le faire savoir. En créant une marque territoriale partagée, nous nous donnons les moyens d'avoir une communication beaucoup plus efficace et de promouvoir une image positive, cohérente et durable. Les Sédunois sont très fiers de leur ville et forment déjà une communauté forte. Les acteurs du terrain que nous avons consulté tout au long du processus l'ont parfaitement compris. Le défi est de faire de Sion une marque de référence en Valais, en Suisse et à l'étranger », explique Philippe Varone, président de Sion.

#### Une marque structurée autour de valeurs

La marque territoriale s'articule autour des valeurs qui définissent la ville et ses habitants. Elle se positionne comme une marque de proximité avec une identité forte, dynamique. Le bureau Ertenz conseil, spécialisé dans la mise en place de marques et de labels territoriaux, a accompagné la Ville de Sion dans cette démarche. Un important travail de terrain a été effectué auprès des entrepreneurs, des organisateurs d'événements et des personnalités identitaires de la vie locale. « Ces entretiens ont permis de dégager un socle commun de huit valeurs, dans lesquelles chacun se retrouve. En effet, une marque territoriale n'est pas seulement un logo, mais avant tout une communauté qui partage une même vision et une même ambition de travailler ensemble. », détaille Yvan Aymon, son directeur.

#### Un écosystème composé de différents acteurs

La marque territoriale repose sur un écosystème composé de différents acteurs : les partenaires institutionnels qui font la promotion de Sion ; les entreprises qui se distinguent par leur attachement aux valeurs de la ville ; les particuliers ambassadeurs de Sion ; les produits du terroir qui remplissent un cahier des charges. Un guide de marque a été établi pour préciser comment les différents partenaires pourront utiliser la marque territoriale. Le code de marque IMPULSION se décline à travers différents logos, IMPULSION partenaire pour les entreprises, ambassadeur IMPULSION pour les fans, et terroir urbain Sion pour les produits labellisés.

#### Premier accueil positif

Officiellement lancée à la mi-juin 2019, la marque territoriale entre maintenant dans sa phase de diffusion. L'accueil est déjà très positif. L'Office du tourisme va l'intégrer dans toute sa communication. L'Association des encaveurs de Sion et l'Association des hôteliers de Sion vont l'utiliser sur les bouteilles de bienvenue offertes aux visiteurs. Le petit train touristique Le P'tit Sédunois portera également les couleurs de la marque cet été. Enfin, l'Eau de Sion va reprendre les codes de la marque dans son logo, ainsi que dans ses carafes. « La prochaine étape est d'informer et de sensibiliser les particuliers et les entreprises afin qu'elles intègrent la communauté », relève Pierre-Yves Debons, secrétaire administratif de la Ville de Sion.

Pour rejoindre la communauté et partager les codes de la marque, les entreprises intéressées doivent remplir un questionnaire d'auto-déclaration. L'entreprise doit en effet se reconnaître dans un profil clairement défini : être ouverte et citoyenne, impliquée dans la vie locale, misant sur la formation, l'innovation et la créativité, soucieuse de l'environnement, et fière d'être sédunoise. Le dossier est ensuite examiné par une commission d'attribution. Une fois le feu vert obtenu, un contrat est signé. Les fans, eux, devront signer une charte d'adhésion afin d'intégrer la communauté des ambassadeurs.

Sion, le 19 avril 2019

## **Ville de Sion**

### **Chancellerie**

#### **Personnes de contact :**

- Philippe Varone, président de Sion  
079 221 12 57 ; [p.varone@sion.ch](mailto:p.varone@sion.ch)
- Pierre-Yves Debons, secrétaire administratif de la Ville de Sion  
027 324 11 22 ; [py.debons@sion.ch](mailto:py.debons@sion.ch)
- Yvan Aymon, directeur d'Ertenz conseil  
079 307 58 04 ; [yvan.aymon@ertenz.ch](mailto:yvan.aymon@ertenz.ch)
- Jean-Marc Jacquod, directeur de l'Office du tourisme de Sion  
078 727 15 28 ; [jean-marc.jacquod@siontourisme.ch](mailto:jean-marc.jacquod@siontourisme.ch)

## **ANNEXE 1**

### **Les 8 valeurs qui définissent Sion**

Huit valeurs résument l'identité et la spécificité du territoire sédunois.

- **L'élan**, se traduisant par son ambition, son audace, sa capacité à innover et à se projeter dans le futur.
- **La qualité de vie** découlant des activités culturelles, de la sécurité, de l'accès aux soins ou encore de l'offre de formation.
- **L'ouverture** liée au multiculturalisme et à la diversité qui lui sont propres, au sens de l'accueil, à l'intégration ou encore à l'intérêt que Sion manifeste pour sa jeunesse.
- **La responsabilité** en termes de respect de son patrimoine et de son histoire et pour la nature qui l'entoure. Il s'en dégage une harmonie et une durabilité certaines.
- **La solidité**, qui émane de son terroir et de ses traditions, de son rôle de leader qui en fait un partenaire fiable, endurent, orientée concret.
- **La beauté**, qui résulte de l'harmonieuse majesté qu'elle dégage.
- **La profondeur humaine** basée sur les notions de respect et d'humanité qui lui sont chères.
- **La création** qui est abondante dans la recherche et l'art en particulier.