



LA MARQUE TERRITORIALE DE SION

– 2019

SOMMAIRE

D'UNE DÉMARCHE COLLECTIVE À UNE MARQUE PARTAGÉE

Pourquoi une marque territoriale ?	4
Une démarche collective	5
Une marque partagée	6
Distinguer marque de territoire et marque institutionnelle	7

LES FONDAMENTAUX DE LA MARQUE TERRITORIALE

L'ambition de la marque Sion	9
L'identité de Sion	10
Les valeurs que nous partageons	11
Les couleurs de notre territoire	12

L'ARCHITECTURE DE MARQUE

Une marque créée autour d'un signe fort	14
La marque de territoire	15
La marque pour les entreprises	16
La marque pour les individus	17
La marque pour les produits du terroir	18
Architecture de la marque	19

LES EXEMPLES D'APPLICATION

Affichage promotionnel	21
Campagne d'affichage	23
Communication événementielle	24
Signalétique urbaine	26
Marquage véhicule	28
Signalétique touristique	29
Objets promotionnels	31
Réseaux sociaux	33
La marque pour les entreprises	34
La marque pour les individus	37
La marque pour les produits du terroir	39

REJOINDRE LA COMMUNAUTÉ DES ENTREPRISES

Critères et exigences d'adhésion à la marque	41
Rejoindre la démarche	42

LES RÈGLES D'UTILISATION

La marque et ses déclinaisons	45
Zone de protection et taille minimum	46
La typographie de la marque	48
Interdits	49
Couleurs	50
Utilisation sur fonds	51

1

« La marque territoriale
n'est pas un logo,
c'est une communauté. »

**D'UNE DÉMARCHE COLLECTIVE
À UNE MARQUE PARTAGÉE**

POURQUOI UNE MARQUE TERRITORIALE ?

- POUR FÉDÉRER UNE COMMUNAUTÉ QUI PARTAGE LES VALEURS SÉDUNOISES
- POUR GÉNÉRER DES SYNERGIES AU SEIN DU TERRITOIRE, METTRE EN LUMIÈRE NOS TALENTS ET NOS RICHESSES
- POUR PARLER COLLECTIVEMENT, DE MANIÈRE POSITIVE ET COHÉRENTE
- POUR FAVORISER LE RAYONNEMENT DE SION ET SON ATTRACTIVITÉ
- POUR MIEUX ACCUEILLIR NOS HÔTES ET MONTRER CE QUE SION A À LEUR OFFRIR

UNE DÉMARCHE COLLECTIVE

Pour développer l'attractivité du territoire

Entreprises, institutions culturelles, sportives, économiques et touristiques: de nombreux acteurs diffusent déjà l'image de Sion à travers le monde.

Partant de ce constat, la Ville de Sion a souhaité **FÉDÉRER CES ACTEURS DE LA VIE SÉDUNOISE** autour d'une même image, afin de développer un réseau de communication plus efficace. Issue de cette réflexion, la marque territoriale repose sur une **VOLONTÉ COLLECTIVE** de créer un territoire dynamique qui profite à tous.

De nombreux entretiens ont été menés afin d'identifier les valeurs qui définissent la ville de Sion et ses habitants. Partagées par tous les partenaires, ces **VALEURS COMMUNES** sont celles sur lesquelles reposent la marque Sion.

Cette **DÉMARCHE COLLECTIVE** permet désormais de coordonner les efforts marketing et d'améliorer ainsi l'attractivité de la ville.

« La marque territoriale n'est pas un logo, mais une communauté qui partage une même vision de Sion, une même envie de promouvoir la ville à l'extérieur, et une même ambition de travailler ensemble afin de créer de nouvelles dynamiques territoriales. »

Philippe Varone,
Président de Sion

UNE MARQUE PARTAGÉE

Au service du territoire

Les entreprises et les institutions qui se reconnaissent dans **LES VALEURS** de la marque territoriale peuvent rejoindre la communauté, pour autant qu'elles remplissent les **CRITÈRES DE SÉLECTION** fixés.

En partageant et en utilisant les différents codes d'expression explicités dans ce document, tous les **MEMBRES DE LA COMMUNAUTÉ** font vivre la marque Sion et en véhiculent la dynamique auprès des habitants, des entreprises, des touristes, des investisseurs et de tous les talents.

C'est cet **ENGAGEMENT COLLECTIF**, qui repose sur des exigences précises, qui permettra de développer la cohérence et la force de frappe de la marque territoriale.

La marque Sion doit être reconnue comme une marque de référence en Valais, en Suisse et à l'étranger. C'est pour cela que nous avons fixé ensemble des critères sélectifs qui vont nous permettre de garantir sa valeur.

ÉCOSYSTÈME DE LA MARQUE PARTAGÉE



Marque territoriale partagée

RÔLE :

- Fédérer l'ensemble des acteurs autour de valeurs communes
- Incarner le territoire et son offre
- Agir sur l'image
- Séduire pour retenir et attirer

UTILISATEUR :

Tout acteur du territoire, privé ou public, qui adhère aux valeurs de la marque et a rejoint la communauté.

EXEMPLE D'UTILISATION :

Documents de communication (affiches, flyers, etc.)

Marque institutionnelle

RÔLE :

- Signature de l'institution
- Identifier l'émetteur du message

UTILISATEUR :

L'institution communale

EXEMPLE D'UTILISATION :

Papier à en-tête pour les courriers de l'institution

2

« Une marque fondée
sur des valeurs
qui nous définissent. »

LES FONDAMENTAUX DE LA MARQUE TERRITORIALE

L'AMBITION DE LA MARQUE SION

- La marque Sion se positionne comme une **marque de proximité avec une identité forte**, dynamique, moderne, créative et innovante tout en étant respectueuse du passé. Elle est le reflet de la ville de Sion, de ses ambitions et de ses valeurs.
- Elle doit être reconnue comme une **marque de référence en Valais et en Suisse**, voire à l'étranger également.
- Elle doit **catáliser les énergies** et **accélérer le développement** de la ville.

L'IDENTITÉ DE SION

Capitale urbaine au cœur des Alpes

Sion, ville ancrée dans son histoire mais résolument moderne, assied son identité sur le rôle de leader qu'elle incarne à différents niveaux : capitale, ville de sciences et de recherche, ville formatrice, mais également ville culturelle où plaisir et travail se conjuguent avec aisance.

Entourée de montagnes et par une nature directement accessible, Sion revendique une chaleur et une décontraction propres au Sud.



Histoire & Patrimoine

Work & Fun



Capitale

Nature accessible
à taille humaine



Ville de savoir
et de recherche

Le sud dans
les montagnes



LES VALEURS QUE NOUS PARTAGEONS

- **L'élan**, se traduisant par notre ambition ; notre audace ; notre capacité à innover et à nous 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 nous 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 notre patrimoine et de notre histoire, et pour la nature qui nous entoure. Il s'en dégage une harmonie et une durabilité certaines.
- **La solidité**, qui émane de notre territoire et de nos traditions, de notre rôle de leader qui fait de nous un partenaire fiable, endurant, orienté concret.
- **La beauté**, l'harmonieuse majesté de notre ville et de nos paysages.
- **La spiritualité et la profondeur humaines**, basées sur les notions de respect et d'humanité qui nous sont chères.
- **La création**, qui est abondante dans la recherche et l'art en particulier.

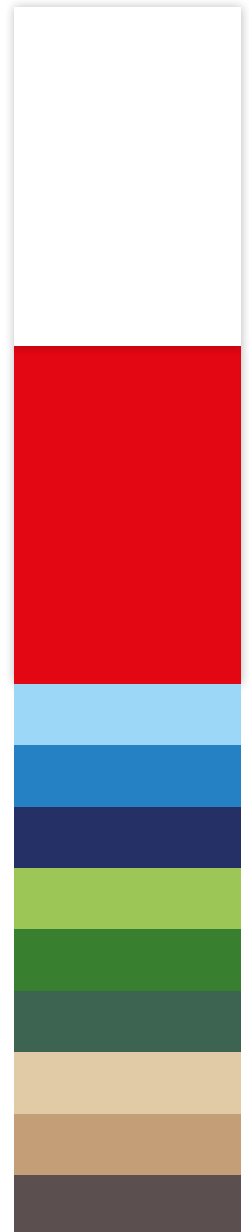
LES COULEURS DE NOTRE TERRITOIRE

LE ROUGE ET LE BLANC, IDENTITAIRES



SYMBOLES ET COULEURS DE SION

Les couleurs du territoire sublimées par le rouge



3

« Pour tout comprendre,
en un clin d'œil »

L'ARCHITECTURE DE MARQUE

UNE MARQUE CRÉÉE AUTOUR D'UN SIGNE FORT



+

&

SION

POUR QUI ?

- › Les acteurs institutionnels et les organes de promotion

POUR QUOI ?

- › Promotion territoriale
- › Signalétique
- › Communication

SION

LA MARQUE DE TERRITOIRE

IMPULSION

LE CONCEPT DE LA MARQUE



LE SIGNE DE LA MARQUE

POUR QUI ?

- › Entreprises qui répondent aux critères de la marque partagée et admises au sein de la communauté

POUR QUOI ?

- › Communication interne et externe

IMPULSION
PARTENAIRE

POUR QUI ?

- › Les fans de Sion qui ont signé la charte

POUR QUOI ?

- › Mail
- › Décor sur les réseaux sociaux
- › Autocollants



POUR QUI ?

- › Les produits labellisés selon cahier des charges

POUR QUOI ?

- › Packaging
- › Publicité



ARCHITECTURE DE LA MARQUE

En résumé

LA MARQUE DE TERRITOIRE

LA MARQUE

SION

LE CONCEPT DE LA MARQUE

IMPULSION

LE SIGNE

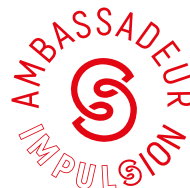


LES DÉCLINAISONS DE LA MARQUE

LA MARQUE POUR LES ENTREPRISES



LA MARQUE POUR LES INDIVIDUS



LA MARQUE PRODUITS DU TERROIR



4

« Comment faire vivre
la marque ? »

LES EXEMPLES D'APPLICATION



INNOVATION 

LE PROGRÈS RIME
AVEC SION

GRZ Technologies

IMPULSION 

Document de travail à l'usage du Conseil général


PAS@IONNÉ



Jumping National de Sion

IMPUL@SION

Document de travail à l'usage du Conseil général



Anthony Fournier
violoniste – prix culturel 2017

IMPULSION



Frédéric Favre
réalisateur – prix culturel 2018

IMPULSION

Document de travail à l'usage du Conseil général

IMPULSION

Sion Festival
Direction artistique
Pavel Vernikov

IMPULSION

**Gidon Kremer
Julian Rachlin
Roby Lakatos
Lera Auerbach
Sergei Krylov
Philharmonix
Quatuor de Jérusalem
Vincenzo Capezuto
Hilla Baggio**
et
Chœur Rustavi
Kremerata Baltica
Orchestre de Chambre
de Lituanie

17
08

02
09

54^e édition
saison
2018

sion-festival.ch

PHOTO: Claude Dumas

BCVS esr

Document de travail à l'usage du Conseil Général

IMPULSION



Document de travail à l'usage du Conseil général





Document de travail à l'usage du Conseil général





SION

LA CHAPELLE TOUS-LES-SAINTS

Située à mi-parcours de la montée de la colline de Valère, non loin de la Basilique et du Château de Valère qui la couronne.

Édifiée en 1325 par le chanoine Blandrate, elle est restaurée en 1964, notamment le porche et la vieille tour romane.



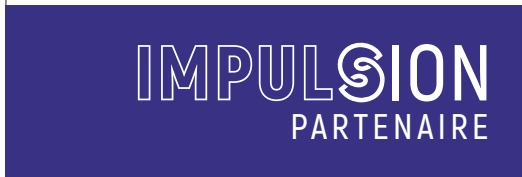
Document de travail à l'usage du Conseil général





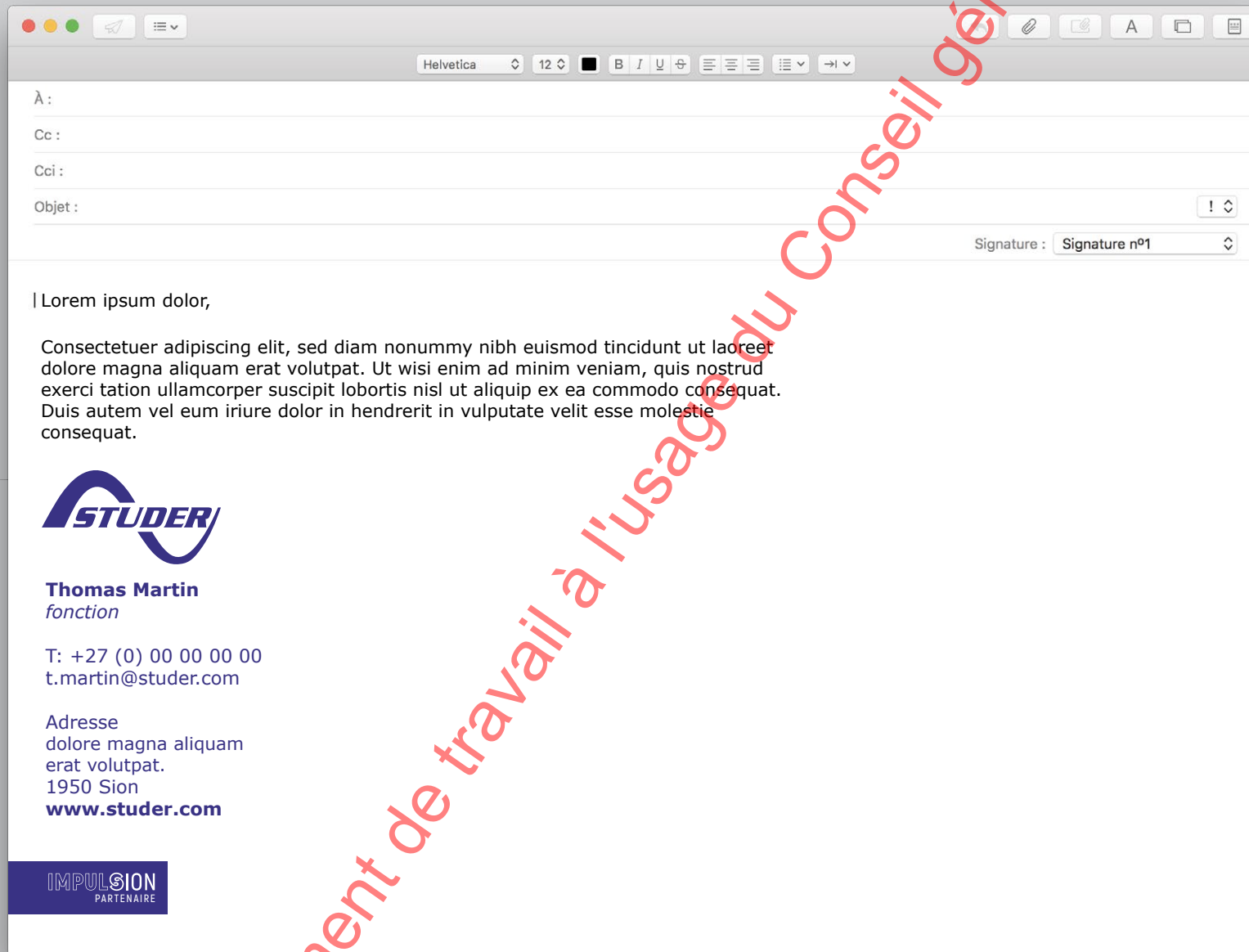


Document de travail - l'usage du conseil général



Document de travail à l'usage du Conseil général

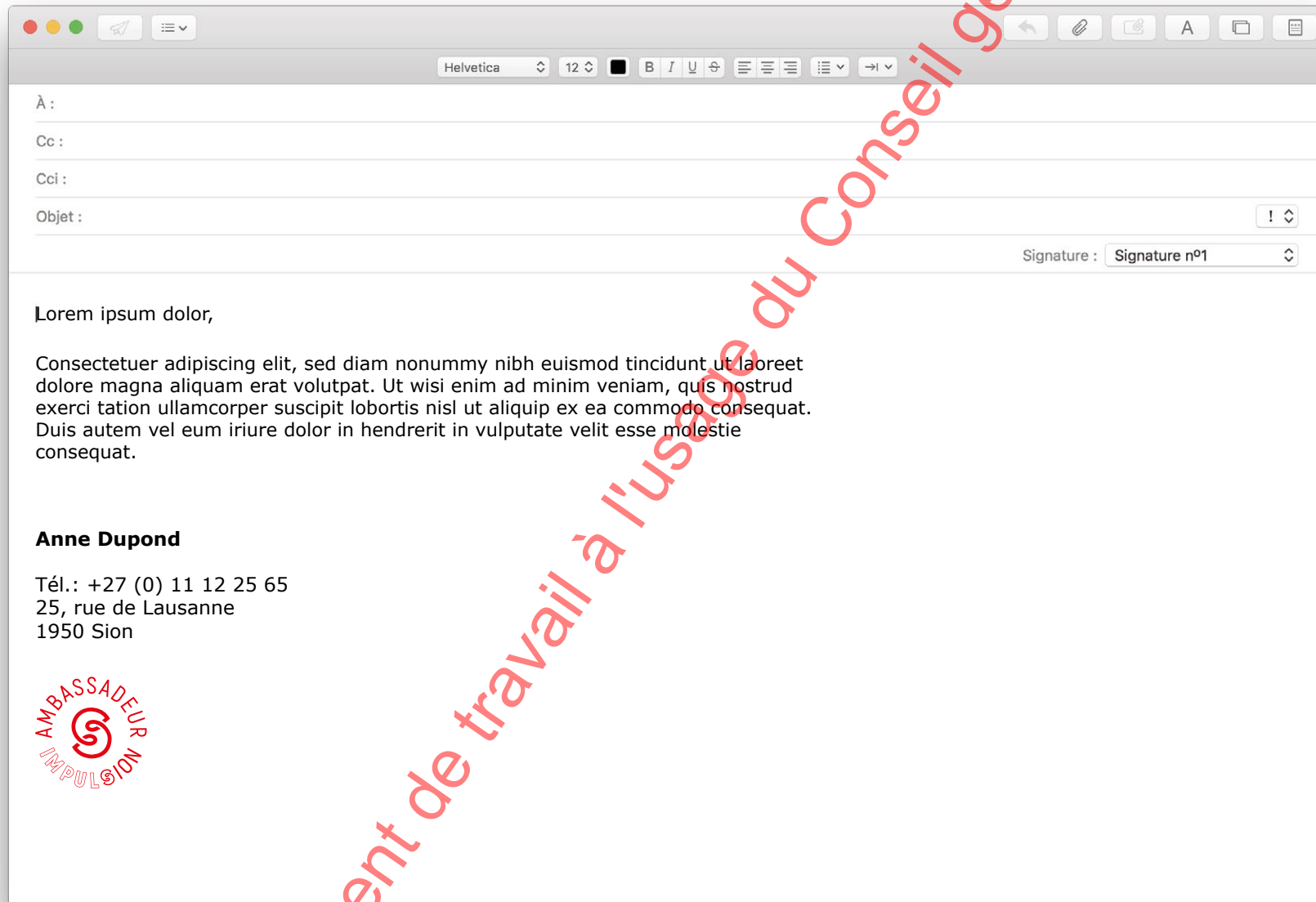
The advertisement features a white background with a large, faint "JD" watermark. At the top left, the text "High Altitude Power" is in a bold, black, sans-serif font, with "Energy for a better life" in a smaller font below it. In the top right corner, there is a dark blue box containing the "STUDER" logo in white and the letters "EN" to its right. The central part of the ad is a vertical photograph of a snowy mountain range with several small figures of people walking on a slope. At the bottom left, there is a dark blue box with the "IMPULSION PARTENAIRE" logo in white. At the bottom right, there is a dark blue box with the text "swiss made power" in white, followed by a small white Swiss cross icon. On the far right edge, the text "Smart and Flexible Energy" is written vertically in a small, black, sans-serif font.



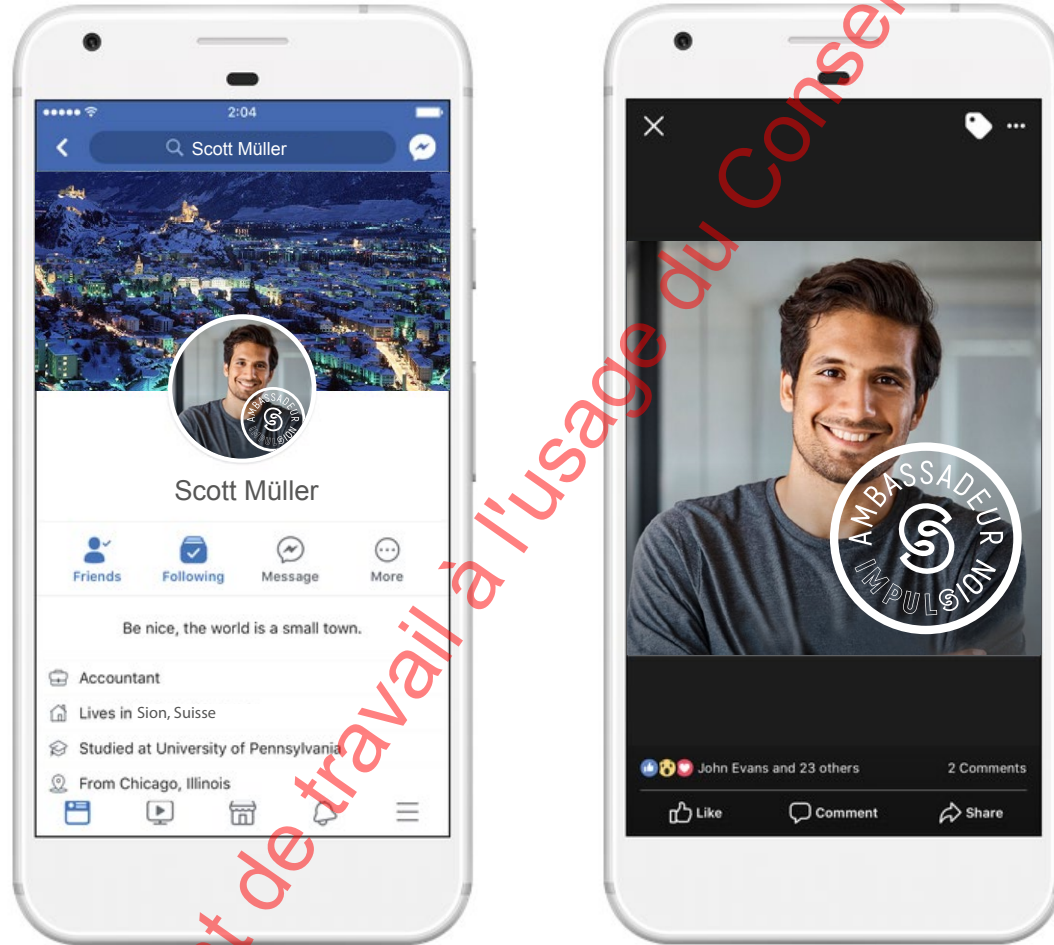
Document de travail à l'usage du Conseil général



Document de travail à l'usage du Conseil général



Document de travail à l'usage du Conseil général





5

« Je veux rejoindre
la communauté et m'engager
pour l'attractivité de Sion. »

**REJOINDRE LA COMMUNAUTÉ
DES ENTREPRISES**

Sion se veut une marque territoriale **FORTE, CRÉDIBLE ET ATTRACTIVE.**

Rejoindre la communauté, ce n'est donc pas seulement s'approprier les codes de la marque, c'est surtout **S'ENGAGER À RESPECTER LES VALEURS** de Sion, et les exigences qui y sont rattachées.

« Je rejoins la communauté des entreprises, parce que je suis fier de partager les valeurs de la ville, et parce qu'ensemble, on est plus fort et on va plus loin. »

REJOINDRE LA DÉMARCHE

Le profil des entreprises partenaires



ANCRAGE TERRITORIAL

- Vous êtes une entreprise ouverte et citoyenne, attachée au patrimoine et impliquée dans la vie locale.
- Votre succès génère une réelle valeur ajoutée pour votre région. Ainsi, vous contribuez activement au rayonnement positif de celle-ci.



SOCIAL / SOCIÉTAL

- En tant qu'employeur, vous respectez et valorisez vos collaborateurs, tout en favorisant la diversité et la mixité au sein de vos équipes.
- Vous attachez une importance prépondérante à la formation et à la formation continue.



ÉCONOMIQUE

- Votre entreprise mise fortement sur l'innovation et la créativité, source de plus-values économiques et sociales.
- Vous êtes un partenaire d'affaires fiable, fier d'être séduisant, qui affiche ses ambitions tout en poursuivant un processus d'amélioration continue.



ENVIRONNEMENTAL

- Vous considérez l'environnement comme un atout à promouvoir.
- Vous recherchez une consommation et une utilisation responsables des ressources, dans un objectif de durabilité.

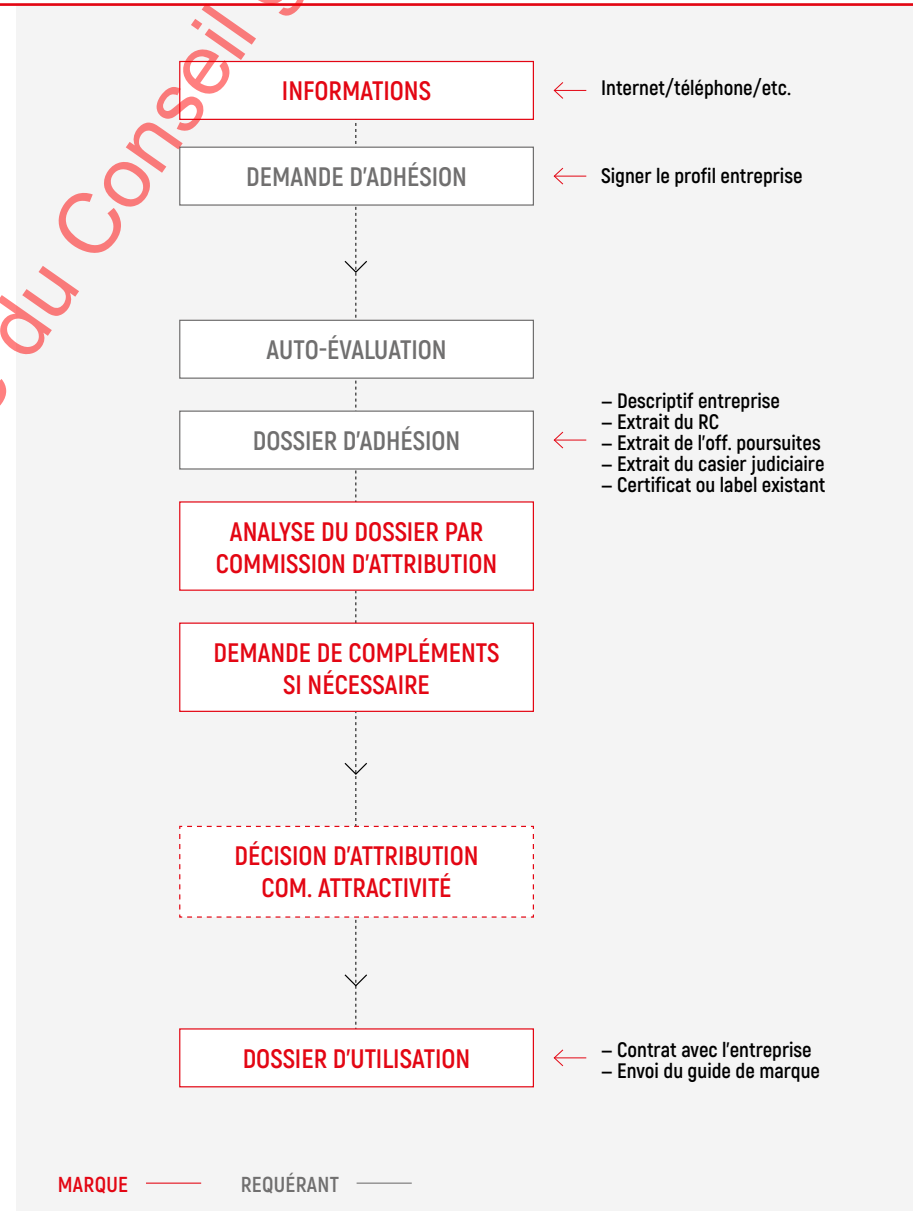
REJOINDRE LA DÉMARCHE

Mode d'emploi d'adhésion pour les entreprises

Les entreprises qui se reconnaissent dans les valeurs portées par la marque peuvent rejoindre la communauté sur la base d'une auto-déclaration.

LA PROCÉDURE EST LA SUIVANTE:

- 1 – Télécharger le formulaire sur le site www.sion.ch ... ou remplir le formulaire joint au guide
- 2 – Fournir les pièces demandées, renvoyer le tout par mail à marque@sion.ch
- 3 – Une commission évalue le dossier et cas échéant, autorise l'entreprise à utiliser les codes de la marque territoriale partagées selon le guide établi

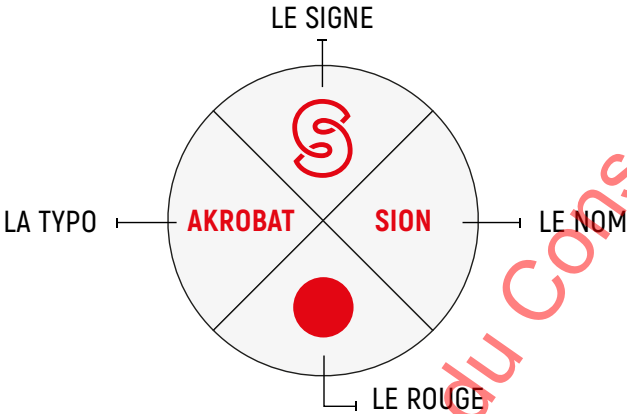


6

« Pour une marque
cohérente et puissante »

LES RÈGLES D'UTILISATION

LA MARQUE ET SES DÉCLINAISONS



LA MARQUE

LE CONCEPT DE LA MARQUE

LE SIGNE

SION

IMPULSION

LA MARQUE POUR LES ENTREPRISES

LA MARQUE POUR LES INDIVIDUS

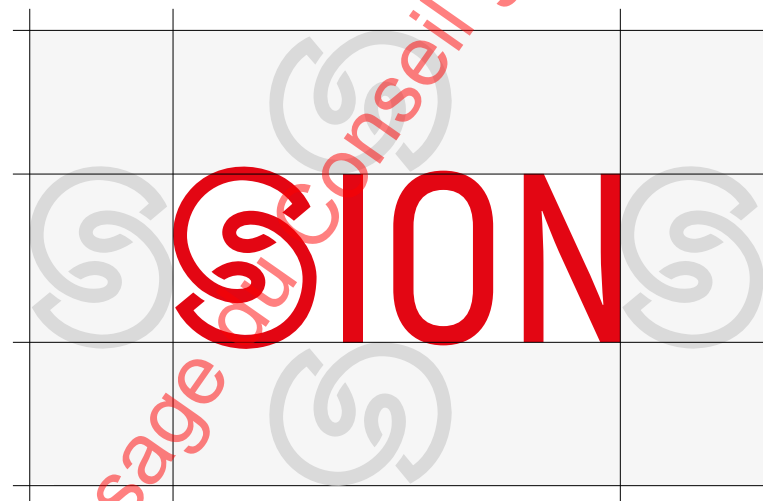
LA MARQUE PRODUITS DU TERROIR



ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMUM

ZONE DE PROTECTION

- › Pour assurer une visibilité optimale du bloc-marque, sa zone de protection doit toujours être respectée.
- › La « zone de protection » correspond au périmètre autour du logotype qui doit toujours rester vierge, notamment lors de composition avec d'autres logotypes.



TAILLE MINIMUM

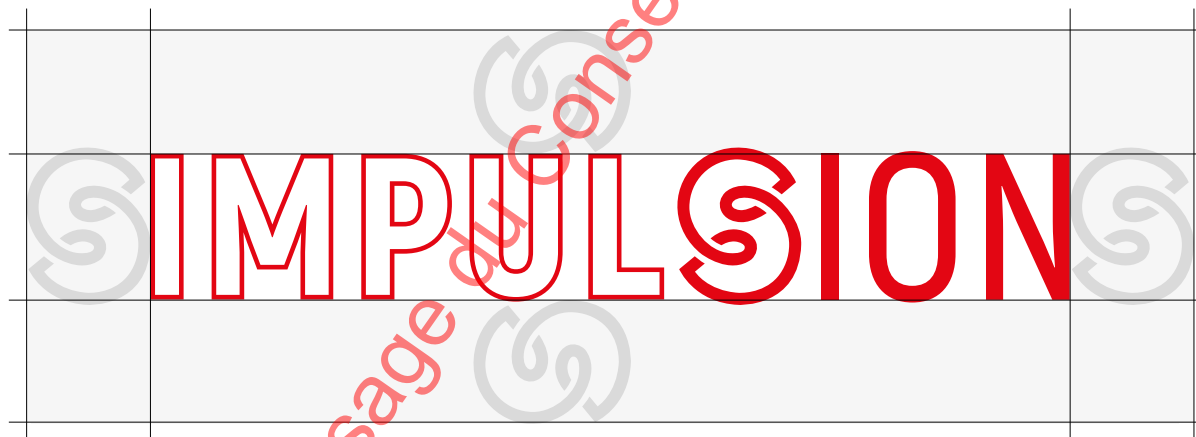
- › La « taille minimum » de 10 mm de largeur correspond à la plus petite dimension d'utilisation possible du logotype, au-delà de laquelle la lisibilité n'est plus assurée.



ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMUM

ZONE DE PROTECTION

- › Pour assurer une visibilité optimale du bloc-marque, sa zone de protection doit toujours être respectée.
- › La « zone de protection » correspond au périmètre autour du logotype qui doit toujours rester vierge, notamment lors de composition avec d'autres logotypes.



TAILLE MINIMUM

- › La « taille minimum » de 20 mm de largeur correspond à la plus petite dimension d'utilisation possible du logotype, au-delà de laquelle la lisibilité n'est plus assurée.

IMPULSION



20 mm

LA TYPOGRAPHIE DE LA MARQUE

La typographie Akrobat comporte de nombreux styles permettant une grande liberté de composition et de hiérarchisation dans les niveaux de texte, pour des compositions variées et rythmées.

Thin
ExtraLight
Light
Regular
SemiBold
Bold
ExtraBold
Black

Akrobat

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 [+&/@!?!%]

SION

La ville tire son nom actuel du latin Sedunum, lui-même dérivé de celui du peuple celte qui vivait là, les Sédunes (en latin : Sedunii). Ceux-ci construisirent sur le site de Sion un oppidum habituellement identifié avec le Drousomagos, signifiant peut-être marché de Drusus ou marché des buissons, cité par Ptolémée et qu'il situe en amont de Martigny.

Jusqu'à la fin de l'époque romaine, Sion reste dans l'ombre de Massongex puis de Martigny, alors appelée Octodure, qui ont l'avantage de se trouver sur la route stratégique du Grand-Saint-Bernard. Ce n'est qu'au Ve siècle, lorsque l'évêque y déplace le siège épiscopal, que la ville devient le centre socio-culturel de la région.

Dès 999, l'évêque de Sion devint comte du Valais. En 1032, le comté est intégré au Saint-Empire romain germanique. À partir de 1189, le comté devient la principauté épiscopale de Sion. Le Moyen Âge et la Renaissance voient s'affronter l'évêque et la Diète, qui siège aussi à Sion, sur le terrain de l'unification du Valais et de la lutte de pouvoir.

INTERDITS

- › Les logotypes sont immuables, il est donc interdit de les déformer, de modifier leur dessin et leur couleur ou d'effectuer tout autre changement qui nuirait à sa lecture.
- › De manière générale, visibilité et lisibilité sont les règles à respecter.

~~SION~~

~~IMPULSION~~

~~SION~~

~~IMPULSION~~

~~SION~~

~~IMPULSION~~

COULEURS

COULEUR PRINCIPALE

C 0 M 100 J 100 N 0
R 227 V 0 B 11
PANTONE 185 C



COULEURS SECONDAIRES

C 42 M 0 J 0 N 0
R 155 V 216 B 247
PANTONE 291 C



C 76 M 40 J 66 N 31
R 61 V 99 B 81
PANTONE 5545 C



C 80 M 40 J 0 N 0
R 37 V 129 B 196
PANTONE 660 C



C 13 M 20 J 38 N 0
R 228 V 205 B 168
PANTONE 468 C



C 100 M 90 J 30 N 15
R 37 V 49 B 102
PANTONE 534 C



C 20 M 36 J 54 N 10
R 196 V 158 B 118
PANTONE 728 C



C 47 M 0 J 80 N 0
R 156 V 198 B 85
PANTONE 367 C



C 54 M 54 J 49 N 47
R 71 V 79 B 78
PANTONE 411 C



C 78 M 22 J 100 N 18
R 57 V 127 B 48
PANTONE 7741 C



FOND NOIR ET FOND BLANC

- › Le bloc-marque est utilisé en version monochrome blanche et noire.

SION

IMPULSION

AUTRES FONDS

- › Sur fond photographique, il est important de choisir des images non-complexes, c'est-à-dire homogènes en termes de couleurs, de lumière et de densité, afin d'assurer une bonne lisibilité du logotype.
- › Sur fond coloré simple, le bloc-marque est appliqué en version monochrome blanche ou noire.

SION

IMPULSION

CONTACT

–

Marque territoriale Sion
M. Pierre-Yves Debons
Secrétaire administratif

Rue du Grand-Pont 12
1950 Sion

py.debons@sion.ch
027 324 11 22

