



ESTAVAYER-LE-LAC
PAYERNE
ET RÉGION
L'accord parfait

www.estavayer-payerne.ch

Estavayer-le-Lac/ Payerne Tourisme

Rapport d'activité 2016



Sommaire

Bilan 2016	p. 2
Missions et stratégie	p. 3
Accueil, information et service	p. 4
Hébergement	p. 5
Produits touristiques	p. 7
Transports touristiques	p. 10
Animations	p. 11
Marketing et promotion	p. 12
Comptes 2016	p. 16
Comité et personnel	p. 17



Bilan 2016

Comment faire le bilan de l'année 2016 sans parler de la tant attendue Fête fédérale de lutte suisse et des jeux alpestres qui s'est tenue du 26 au 28 août dans notre région. Après plus de quatre années de travail, tous les projecteurs étaient tournés vers nous pour cet événement exceptionnel !

L'Office du tourisme était impliqué de plusieurs manières au sein de la fête, tant au niveau de l'organisation pour le secteur de l'hébergement que du rayonnement de notre destination dans toute la Suisse.

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a notamment mis en place la page «visiteurs» de la fête www.estavayer2016.ch et a créé une plateforme facilitant la mise à disposition de lits ou de terrains par les habitants. Déjà testée durant Air14, cette plateforme construite selon le modèle de dépôt de petites annonces insistait sur le caractère convivial d'une telle démarche. Le site www.goodnight-estavayer-payerne.ch a été actif dès l'automne 2015. Le site a recueilli 40 annonces et a été visité par plus de 12'500 personnes pour 75'000 pages lues dont le 85 % sur la version allemande du site.

L'Office du tourisme a également collaboré avec *Fribourgissima* Image Fribourg, la Communauté régionale de la Broye, l'Association régionale du Lac ainsi que les offices de tourisme d'Avenches et de Moudon à la mise sur pied d'une action de communication et de présence à Estavayer2016 pour promouvoir le canton de Fribourg et la région auprès des visiteurs. L'objectif poursuivi a été de faire découvrir et mettre en valeur les atouts de notre région auprès d'un public essentiellement suisse alémanique qui constitue un potentiel important du tourisme régional de ces prochaines années.

Bien qu'Estavayer2016 ait généré de nombreuses nuitées dans notre région, nous observons une diminution annuelle des nuitées de 3%. 451'432 nuitées ont été enregistrées en 2016 contre 463'880 en 2015 qui fut l'année record pour notre destination. Pour l'année 2016, les secteurs du camping (+2%), des bateaux (0%), des chambres d'hôtes (+16%) tirent leur épingle du jeu avec des résultats stables et positifs. Ces derniers sont atténués par les secteurs de l'hôtellerie (-38%) qui connaît la première baisse depuis 7 ans, des chalets et appartements (-2%) ainsi que des hébergements collectifs (-9%). La baisse des nuitées hôtelières s'explique essentiellement par la fermeture d'établissement à Estavayer-le-Lac. Nous observons également une diminution constante de nuitées en chalets et appartements à raison d'environ 2% à 3% par an soit quelques 3'000 nuitées par année depuis 2011. La raison de cette baisse régulière est surtout le passage de résidences secondaires en résidences principales.

En 2015, l'Office du tourisme a mis sur pied une sortie spéciale du produit Calèches Nature et Saveurs. Touchant habituellement les groupes, cette sortie spéciale s'adressait aux individuels. Celle-ci ayant rencontré un vif succès avec 39 adultes et 19 enfants, nous avons reconduit l'expérience en 2016 en proposant cette fois-ci une sortie spéciale au mois de juin et une sortie spéciale au mois de septembre. Le succès a été encore une fois au rendez-vous, 60 personnes (49 adultes et 11 enfants) ont ainsi profité de ces balades. Cette expérience sera reconduite en 2017 avec une sortie spéciale supplémentaire.

2016 a également été marqué par la mise en ligne d'un tout nouveau site web en collaboration avec l'Union fribourgeoise du Tourisme et les offices du tourisme du canton de Fribourg, par la mise sur pied d'un festival de musique celte le "Celtic Spirit" ainsi que la 30e brocante en plein air à Estavayer-le-Lac.

L'avenir s'annonce passionnant, notamment avec le lancement d'une plateforme de tourisme collaboratif en mars 2017 en collaboration avec les jeunes chambres internationales fribourgeoises, Innoreg et l'Union fribourgeoise du Tourisme.

Laurent Mollard
Directeur d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

Missions & Stratégie

Nous souhaitons rappeler ici les missions, la vision ainsi que les valeurs d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, dans l'objectif d'un développement harmonieux du tourisme au sein de la destination.

▪ Nos missions :

Accueil, Information et Service: assurer l'accueil et l'information auprès des hôtes et de la population locale ;

Marketing: réaliser des actions de promotion auprès de la clientèle extérieure à la région et créer et commercialiser de nouveaux produits ;

Manifestations et Animations: favoriser, soutenir, créer et coordonner des animations et manifestations locales et régionales ;

Conditions-cadres et Gouvernance: contribuer à la mise en place de conditions-cadres et de structures institutionnelles qui favorisent le développement touristique de la région.

▪ Notre vision:

«Nous œuvrons pour une mise en valeur de la culture et du patrimoine de notre région. Nous fondons notre stratégie de croissance sur la diversité de nos activités de plein air et la richesse de nos traditions et dans cet esprit nous favorisons le développement de nouvelles offres conciliant à la fois le tourisme d'affaires et durable.»

▪ Nos valeurs :

Communication – Ecoute : Nous portons une attention particulière à la qualité de notre communication et à l'échange transparent de l'information. Notre but est de construire des relations solides avec nos partenaires basées sur le partage et l'écoute.

Collaboration – Esprit d'équipe : Notre but est d'associer l'esprit d'équipe au respect de l'individu et des choix collectifs. Nous accordons beaucoup d'importance à la collaboration avec les acteurs touristiques régionaux et cantonaux.

Ouverture – Flexibilité : Curieux et ouverts aux changements, nous avons le souci de répondre au mieux aux évolutions du secteur touristique. Notre flexibilité permet de répondre avec professionnalisme aux différents besoins de nos hôtes.

Initiative – Développement : Nous manifestons notre volonté d'être en permanence à la recherche d'innovations et de nouvelles offres touristiques. Nous nous engageons à développer un tourisme respectueux des besoins des indigènes et de notre environnement naturel.

Régionalité – Synergie : Nous cherchons toujours à arriver à un résultat plus favorable en regroupant nos aptitudes et nous voulons rassembler les différentes compétences et forces qui nous entourent. Nous avons à cœur de mettre nos différences au service d'une région.

Attractivité – Modernité : Nous avons l'ambition de rendre notre destination attrayante en conciliant tradition et modernité. Nous voulons que des infrastructures de qualité et « high tech » ainsi que des offres novatrices permettent une mise en valeur de notre culture et de nos paysages.

▪ Objectifs stratégiques :

1. Développer la qualité des services des différents partenaires touristiques
2. Augmenter la capacité et la variété de l'offre d'hébergement
3. Renforcer la visibilité et la signalétique de la région
4. Optimiser la structure de l'Office du tourisme
5. Développer une manifestation d'envergure régionale voire nationale
6. Créer de nouvelles offres et nouveaux produits touristiques
7. Intensifier les collaborations
8. Favoriser la mobilité douce

Accueil, Information & Service

▪ Statistiques touristiques

L'accueil et l'information constituent l'une des missions fondamentales de l'Office du tourisme. Notre personnel renseigne la clientèle dans les trois langues : français, allemand et anglais.

En 2016, les points d'information à Estavayer-le-Lac et Payerne ont répondu à plus de 15'000 demandes. Une majorité de notre clientèle (49%) se déplace dans les offices pour obtenir l'information souhaitée. L'emplacement des offices et la qualité des locaux d'accueil du public restent donc des éléments très importants. 42% utilisent le téléphone pour des renseignements et seules 9% des demandes se font sous forme de courrier qu'il soit postal ou électronique.

Les différentes données relevées durant l'année 2016 nous montrent une forte affluence de visiteurs en provenance de Suisse, de France et d'Allemagne, suivie par l'Espagne, la Belgique, l'Italie et le Royaume Uni. Estavayer-le-Lac attire une grande diversité de touristes allant de 25 à 64 ans et autant en famille, en groupe, en couple ou en solo, tandis que Payerne attire plus la curiosité des 45-64 ans voyageant seuls ou en couple. Ces observations confirment les tendances observées en 2015.

▪ Service à la population

Sans grande surprise, les demandes évoluent en fonction de la période. Durant la haute saison, des mois d'avril à septembre, le nombre de demandes augmente et est principalement touristique. Néanmoins, en dehors de cette période, la clientèle est essentiellement régionale en raison de l'activité de billetterie et de service à la population de l'office du tourisme.

En 2016, près de 45% des demandes aux guichets concernait la billetterie. Un service que l'on ne peut négliger en sachant que près de 6'000 billets ont été vendus ou distribués par le biais de l'Office du tourisme.



Hébergement

■ Statistiques

Après une année record en termes de nuitées en 2015, nous constatons une légère baisse de 3% en 2016 pour notre région. 451'432 nuitées ont été enregistrées en 2016 contre 463'880 en 2015, 454'836 en 2014, 454'308 en 2013, 460'492 en 2012 et 449'748 en 2011.

Pour l'année 2016, les secteurs du camping (+2%), des bateaux (0%), des chambres d'hôtes (+16%) tirent leur épingle du jeu avec des résultats stables et positifs. Ces derniers sont atténués par les secteurs de l'hôtellerie (-38%), des chalets et appartements (-2%) et des hébergements collectifs (-9%).

Nous pouvons interpréter ces résultats sous plusieurs angles.

- En raison de l'abandon du taux plancher par la BNS en 2015, notre pays est devenu moins attractif, en termes de prix, pour les touristes étrangers, alors qu'il devenait plus attrayant pour les Suisses de voyager au delà de nos frontières. Toutefois, le contexte sociopolitique international tendu a retenu certaines personnes et permis à la clientèle nationale d'être bien présente dans nos régions durant la saison estivale.
- La fermeture d'infrastructures hôtelières à Estavayer-le-Lac a évidemment eu un impact important et négatif sur le nombre de nuitées dans la région en 2016. Et nous constatons par ailleurs que, en raison du nombre restreint d'établissements hôteliers dans la région, le nombre de nuitées a varié de manière plus ou moins forte ces dernières années principalement en raison d'ouverture/agrandissement ou fermeture d'établissement.
- Nous observons une diminution constante des nuitées en chalets et appartements (environ 2% à 3% par an soit environ 3'000 nuitées par année depuis 2011). La raison est surtout le passage de résidences secondaires en résidences principales.
- Les données du camping ont été fortement influencées par des événements particuliers (camp de 2'500 scouts à Estavayer-le-Lac en 2015, camping de 23'000 personnes lors d'Estavayer2016,...).

Notre destination se démarque par une forte proportion de séjours "résidentiels", soit des nuitées effectuées par des propriétaires dans leur résidence secondaire, bateau ou encore mobilhome. Ce type de tourisme est très nettement majoritaire dans notre région et est peu impacté par les actions de promotion touristique. Ainsi, 23% des nuitées sont effectuées par des touristes de passage contre 24% en 2015, 20% en 2014, 19% en 2013 et 2012, et 17% en 2011. Il est à relever que ces données statistiques se basent sur les taxes de séjour.

Nous avons renforcé, dès 2015, nos collaborations régionales et étendu notre périmètre de promotion à la Commune de Cudrefin jusqu'au Centre-nature La Sauge. Pour éviter de fausser les statistiques mentionnées préalablement, voici quelques données concernant l'hébergement à Cudrefin : 6% d'augmentation pour les chalets et appartements, une stabilité pour les hôtels (0%) et les chambres d'hôtes (0%), une légère diminution pour les campings (-1%) et les bateaux (-1%), et une diminution de 31% pour les hébergements collectifs. Ces chiffres ont été comparés entre les années 2015 et 2016.

• Hébergement pour Estavayer2016

Depuis 2014, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a coordonné et optimisé la présentation de l'offre d'hébergement dans la région et au delà. En 2015, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a mis en place la page « visiteurs » de la fête www.estavayer2016.ch.



Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a également créé une plateforme facilitant la mise à disposition de lits ou de terrains par les habitants. Déjà testée durant Air14, cette plateforme construite selon le modèle de dépôt de petites annonces insistait sur le caractère convivial d'une telle démarche. www.goodnight-estavayer-payerne.ch a été active dès l'automne 2015. Voici quelques statistiques intéressantes concernant Estavayer2016:

- 40 annonces déposées
- 12'500 visites
- 75'000 pages lues (presque toutes par des Suisses)
- Plus de 90 % des recherches sont passées par le site d'Estavayer2016, dont 85% sur le site en allemand.
- Le reste des clics provient essentiellement du site internet www.estavayer-payerne.ch
- 19% du total des clics ont été enregistrés en août 2016



Produits touristiques

▪ Forfaits touristiques

La vente de nos forfaits touristiques est en diminution en 2016. Au total 12 forfaits ont été commercialisés contre 28 en 2015, 24 en 2014, 27 en 2013 et 16 en 2012. Nous avons pu constater que l'offre « Séjour Romantique », proposant une croisière avec la LNM comprenant un repas à bord et une nuitée à Estavayer-le-Lac, a bien fonctionné malgré une légère baisse avec 12 forfaits vendus (14 en 2015, 22 en 2014 & en 2013). L'offre du « Séjour Romantique » sera reconduite en 2017.

Le forfait « Fun & Relax », en collaboration avec Alphasurf, invite les visiteurs à dormir à Estavayer-le-Lac et profiter de la panoplie d'activités proposées par Alphasurf avec une fondue au bord de l'eau. Nous constatons une diminution avec 5 forfaits réservés en 2016, contre 14 en 2015 (2 en 2014 et 4 en 2013).

Une offre « Culture & Terroir » a été créée pour la saison 2015 et a été reconduite en 2016. Ce forfait propose un séjour à Payerne avec une découverte du centre historique et de l'Abbatiale, la dégustation d'une assiette du terroir au Café du Marché ainsi qu'un rabais pour le musée de l'aviation militaire Clin d'Ailes. Ce forfait n'a pas apporté le succès escompté mais sera reconduit en 2017.

Pour rappel, bien que les ventes demeurent modestes, ces forfaits ont pour objectif principal de valoriser les atouts touristiques de notre destination, tout en générant des nuitées hôtelières. L'aspect commercial est évidemment important mais il faut insister sur le fait que ces séjours ont avant tout une fonction de promotion. Fortement relayés par Suisse Tourisme mais aussi par l'UFT et l'OTV, ils permettent d'assurer la présence de nos offres sur les campagnes comme ce fut le cas pour la campagne suisse de l'UFT. Ces forfaits soutiennent également nos actions de marketing que nous menons en direct dans les médias suisses.



Les excursions en Calèches Nature & Saveurs (CNS) sont stables avec 9 sorties pour un total de 14 attelages et 110 personnes. Les groupes ayant profité de cette offre en 2016 viennent des régions de Fribourg, Vaud, Neuchâtel et Argovie. Nous avons eu 9 sorties en 2015, 10 sorties en 2014, 13 sorties en 2013 contre 17 sorties en 2012 et 12 en 2011.

En 2015, nous avons mis sur pied une sortie spéciale. Le produit CNS touchant habituellement les groupes, cette sortie spéciale s'adressait aux individuels. Celle-ci ayant rencontré un vif succès en 2015 avec 39 adultes et 19 enfants, nous avons reconduit l'expérience en proposant cette fois-ci une sortie spéciale au mois de juin et une sortie spéciale au mois de septembre. Le succès a été encore une fois au rendez-vous en 2016. Malgré une météo maussade, 16 personnes (14 adultes et 2 enfants) ont participé à la balade du mois de juin, et 44 personnes (35 adultes et 9 enfants) ont profité de la balade du mois de septembre. Cette expérience sera reconduite en 2017 avec une sortie spéciale supplémentaire.

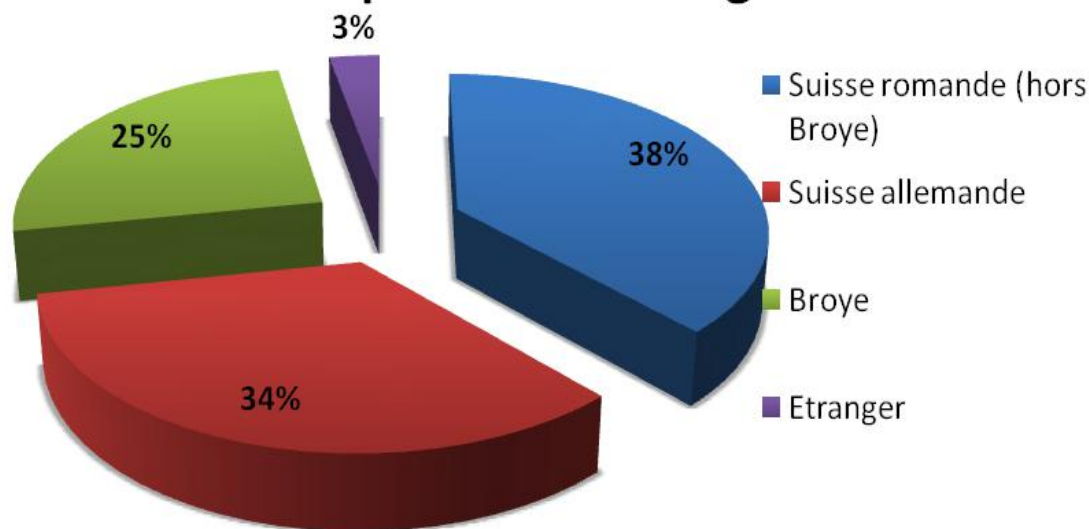
▪ Visites guidées et jeux

Estavayer-le-Lac

Nous observons une légère diminution des visites guidées à Estavayer-le-Lac, 32 visites pour 2016 contre 44 en 2015, 33 en 2014 et 36 en 2013. Toutefois le nombre de participants est stable et se porte à 601 en 2016 contre 683 en 2015, 601 en 2014 contre 506 en 2013.

Alors que la majorité des visites se sont déroulées en français et en allemand, il est intéressant de constater une nouvelle proportion de visites en anglais.

Provenance pour les visites guidées



Les jeux à destination des groupes d'enfants sont stables depuis 2013. Nous sommes passés de 36 jeux en 2012 à 64 jeux en 2013, 90 en 2014, 54 en 2015 et 72 jeux en 2016. Nous constatons une belle augmentation du nombre de participants (1673 en 2016 contre 1179 en 2015). Rappelons qu'un jeu à destination des écoles, prenant appui sur le programme pédagogique de l'instruction publique fribourgeoise, a été mis sur pied par l'Office du tourisme en 2013 afin de revaloriser ces activités ludiques.

Payerne

44 visites guidées de l'Abbatiale et du centre historique de Payerne ont été organisées directement par le personnel de l'Abbatiale en 2016. Une légère augmentation par rapport au 38 en 2015 et au 42 en 2014, justifiée principalement par les travaux de restauration. Au total plus de 800 personnes ont profité d'une visite commentée de ce haut lieu historique. Les visiteurs proviennent en grande partie de la Suisse, de l'Allemagne, de la France et de l'Italie.

▪ Circuits QR-codes à Estavayer-le-Lac et Payerne

Ces parcours en 3 langues (français, allemand et anglais) ont l'avantage d'offrir aux visiteurs individuels une alternative aux visites guidées afin de les emmener à la découverte du riche passé de nos cités historiques.

Nos deux circuits proposent aux visiteurs une balade d'environ 1h30 comportant 16 postes. A chaque poste, en complément de l'information écrite, chacun peut, à l'aide de son smartphone, scanner un code QR qui le renverra immédiatement à un commentaire audio sur un fond musical composé pour l'occasion. D'une manière ludique, ce complément offre aux visiteurs des anecdotes et autres compléments d'information relatifs au lieu où il se trouve.

Un dépliant unique présentant les circuits d'Estavayer-le-Lac et de Payerne a été créé pour accompagner ce produit, exposant une introduction historique de chacune des villes ainsi que des cartes des parcours suggérés. L'idée de ce dépliant commun est d'intéresser les visiteurs à découvrir nos deux villes.

Le parcours d'Estavayer-le-Lac a été inauguré à la mi-juillet 2013 et celui de Payerne à la mi-juillet 2014. Sur l'ensemble de nos circuits, nous comptons une augmentation de visiteurs avec 1'262 en 2016 et près de 4'000 pages téléchargées, contre 1'202 visiteurs en 2015 et 717 en 2014.

En 2016, les visites ont été bien réparties sur l'année avec un nombre de visiteurs important en février, en août et en octobre. Le mercredi demeure le jour avec la plus grande fréquentation en moyenne. Les visiteurs ayant profité de cette offre viennent principalement de Suisse, mais également d'Ukraine, des Etats-Unis, d'Israël, de France, d'Irlande, de Chine, ou encore de Russie.

Le TOP10 des pages les plus téléchargées sont :

1. Le château de Chenaux à Estavayer-le-Lac
2. Le banc des Halles à Estavayer-le-Lac
3. La Collégiale Saint-Laurent à Estavayer-le-Lac
4. La Maison de la Dîme à Estavayer-le-Lac
5. La porte de Grandcour à Estavayer-le-Lac
6. La Tour de la Trahison à Estavayer-le-Lac
7. La Statue du Général Jomini à Payerne
8. Le Parc aux biches à Payerne



Transports touristiques

▪ Petit Train d'Estavayer-le-Lac

Après une année 2015 record au niveau de la fréquentation du petit train d'Estavayer-le-Lac, les ventes de billets individuels sont tombés à 4'434 en 2016, soit le chiffre le plus bas depuis 2007. Les courses spéciales ont également subi une baisse par rapport à 2015, mais les chiffres restent positifs par rapport aux années précédentes. La diminution des ventes de billets peut notamment s'expliquer par les conditions météorologiques défavorables du début d'été ainsi que le changement des horaires de la Société de navigation qui pécjore les visites de la ville d'Estavayer-le-Lac.

L'utilisation du Petit Train durant l'itinéraire des crèches est en légère augmentation avec 765 passagers en 2016 contre 725 en 2015. L'analyse de la fréquentation du Petit Train pendant l'itinéraire des crèches indique que 2016 était une très bonne année, puisqu'il y a eu une fréquentation moyenne de 15.6 personnes par heure, contre 8.7 personnes par heure il y a 5 ans.

▪ PubliBike - réseau Les Lacs

Notre destination fait partie du premier réseau suisse de vélos en libre service, grâce aux stations implantées à Payerne, Estavayer-le-Lac et Cheyres. Grâce à ce service, les visiteurs ont la possibilité de découvrir notre région à vélo ou à vélo électrique. 170 cartes journalières ont été vendues à nos bureaux ce qui constituent une légère augmentation par rapport à l'année précédente. Les cartes se vendent de mars à octobre, avec un pic sur les mois de juillet et août, mais le mois de mai a également connu un franc succès cette année.

▪ Navigation

En 2016, le nombre de passagers ayant débarqué ou embarqué à Estavayer-le-Lac est stable par rapport à 2015 et représente environ 40'000 passagers. Ceci montre l'importance du débarcadère d'Estavayer-le-Lac pour l'offre en matière de navigation lacustre. Néanmoins, ces chiffres doivent être interprétés avec des réserves, car la plupart de ces passagers sont uniquement en transit à Estavayer pour changer de bateau avant de continuer leur excursion. De plus, les horaires actuels de la Société de navigation sont peu favorables à la visite de la ville.

Les autres débarcadères de la région, que sont Portalban, Chevroux, Cudrefin et La Sauge ont connu une légère hausse de la fréquentation, excepté Portalban qui a subi une infime baisse en 2016.

Estavayer-le-Lac, puis Portalban, arrivent toujours dans le peloton de tête parmi les stations de la LNM les plus fréquentées. Estavayer-le-Lac est toujours le 3^{ème} débarcadère en matière de passagers, après Neuchâtel et Morat. Portalban suit à la 5^{ème} place juste après Bienne.

L'attractivité des débarcadères de notre destination montre l'importance de ces points d'entrée dans la région et la nécessité d'en soigner l'accueil.



Animations

Les manifestations étant très importantes pour la région en matière d'hôtes et de notoriété, l'Office du tourisme a continué d'investir des moyens humains et financiers conséquents dans les événements garantissant des impacts marketing, économiques et sociaux intéressants. Les manifestations qui sont organisées ou soutenues par l'Office du tourisme sont en adéquation avec la stratégie et le positionnement touristique de la destination.

L'année 2016 était une année exceptionnelle dans le domaine de l'événementiel, puisque la région a accueilli la Fête fédérale de lutte, « Estavayer2016 », qui a attiré plus de 280'000 visiteurs et a apporté une notoriété nationale à la destination.

D'autres manifestations ont été organisées ou soutenues de manière importante par l'Office du tourisme :

- Concert de Pâques à Payerne (avril)
- L'Enigme du Lapin de Pâques à Estavayer-le-Lac (avril)
- Le Marché de Printemps à Payerne (mai)
- Le festival du jeu Ludimania'k à Estavayer-le-Lac (juin)
- Les concerts des Lumières à Payerne (juin)
- Le Red Pigs Festival à Payerne (juin)
- Swing in the Wind, Street jazz festival à Estavayer-le-Lac (juillet)
- Le Marché staviacois à Estavayer-le-Lac (juillet)
- L'Estivale Open Air à Estavayer-le-Lac (août)
- La Brocante en plein air à Estavayer-le-Lac (août)
- La Bénichon, le concours de la meilleure moutarde à Estavayer-le-Lac (août)
- Artephile – concours de peinture populaire à Estavayer-le-Lac (septembre)
- La Route du Moût Lavaux-Payerne (octobre)
- Le Salon des Dégustations à Payerne (novembre)
- L'Itinéraire des crèches à Estavayer-le-Lac (décembre)
- Le concert et les festivités du Nouvel An à Payerne (décembre)

L'Office du tourisme soutient de nombreuses autres manifestations par le biais d'un sponsoring, de la gratuité de la billetterie ou par le travail du personnel de l'Office du tourisme.



Marketing & Promotion

Avec un budget annuel de CHF 167'653.- consacré à la promotion, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme maintient ses efforts promotionnels et poursuit l'orientation marketing prise depuis 2011. A savoir :

- Investissements sur les plateformes de promotion de Fribourg Région, de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud et de Jura & Trois-Lacs
- Collaboration renforcée avec les Offices du tourisme d'Avenches, de Morat et de Moudon ainsi qu'Yverdon-les-Bains
- Actions de promotion et actions de marketing directes
- Production et diffusion de brochures promotionnelles
- Développement du site internet

Actions promotionnelles communes

Dans le cadre de nos collaborations avec Suisse Tourisme (ST), l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT), l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) et Jura & Trois-Lacs (J3L), de nombreuses actions promotionnelles conjointes sont organisées durant l'année, notamment :

- Compagne Suisse Tourisme « Grand Tour of Switzerland »
Dans le cadre de la campagne de Suisse Tourisme, la région a été mise en valeur par des « virées historiques » entre Morat, Payerne, Estavayer-le-Lac et le Vully. Ces virées avait pour objectif la visite des patrimoines historiques. La destination a ainsi pu être mise en avant dans les publications offline et online de Suisse Tourisme.
- Présence dans les campagnes online et offline de ST, UFT, OTV et J3L
- Présence sur diverses foires spécialisées, telles que FESPO à Zurich, FWTM à Freiburg, ITB Berlin et en Belgique
- Accueil de journalistes spécialisés



Actions promotionnelles locales

Stand restoroutes de Bavois

D'entente avec Yverdon-les-Bains & Région, le restoroute Rose de la Broye à Lully et le restoroute de Bavois, nous avons établi un échange afin que nous puissions nous présenter durant un mois à Bavois alors que la région d'Yverdon se présente durant un mois à Lully. Cet échange nous permet de toucher un public supplémentaire. En 2016, nous avons ainsi mis en place, au restoroute de Bavois, un stand de promotion pendant le mois de juin valorisant notre patrimoine. Nous y avons organisé un concours sur le thème de la « Grande Cariçaie ».

Stand restoroute Rose de la Broye

Durant les mois de juillet et août, nous avons mené une action de promotion au restoroute Rose de la Broye avec un stand sur la thématique du lac. Celui-ci a été mis en scène et des animations ont été organisées pendant deux week-ends pour mettre en avant la pêche. Un concours a également été organisé, ce qui est toujours un très bon moyen de faire interagir les passants et de récolter des adresses pour de futures actions marketing.



Comptoir de la Glâne à Romont

L'Office du tourisme a participé activement à la tenue d'un stand « Espace Broye » à la « Foire de la Glâne » à Romont du 20 au 28 mai 2016. Ce stand a permis de mettre en valeur le terroir gourmand de la Broye avec notamment la présence de vigneron et des sociétés de développement. La présence à ce comptoir qui accueille environ 50'000 visiteurs est une bonne opportunité de promouvoir la Broye.

Actualisation et mise à jour des brochures

En 2016, nous avons mis à jour et édité plusieurs brochures :

- le guide d'informations générales (info guide), imprimé à 15'000 exemplaires et en 3 langues (F/D/E).
- La brochure MOOD, fruit d'une collaboration avec Moudon, Avenches et Morat, a été finalisée et imprimée. Sa distribution est prévue pour 2017.
- Brochures QR-Codes réimprimées en changeant le format, entraînant une diminution des coûts sans altérer la qualité.
- Réimpression de la brochure « Broye pas à pas » avec adaptations et ajout de deux parcours.

Actions marketing dans les médias

Plusieurs actions marketing dans les médias ont été réalisées en 2016 :

- Annonce dans le magazine CFF-RailAway « Destination loisirs 2016 », afin de promouvoir les activités d'été d'Estavayer-le-Lac et de la Grande Carrière (tirage 240'000 exemplaires et 448'000 lecteurs)
- 1.5 pages dans le magazine « Auf Reisen », mettant en évidence les activités de groupes et le patrimoine de nos villes (tirage à plus de 31'000 exemplaires)
- Partenariat avec le journal Terre & Nature
- Interview en direct sur la radio LFM
- 10 épisodes dans une émission RTS, durée 3min, 25 avril au 6 mai, sur plusieurs thèmes dont les sites palafittiques
- Reportage-photos dans le magazine « Emirates Airline's inflight magazine - Open Skies », en collaboration avec l'UFT. 94'000 impressions

Visites de presse

L'accueil des médias dans notre région est un outil très précieux en matière de promotion et de notoriété. Grâce à ces visites de presse, de nombreux articles sont parus dans les médias suisses et étrangers, tels que l'Illustré, le Migros Magazine, Fensterplatz, La Presse Pontissalienne, Le Figaro Magazine, ... Bien que nous ne maîtrisions pas ou très peu le contenu des reportages réalisés, nous mettons tout en œuvre pour que les journalistes soient accueilli dans les meilleures conditions et le retour est très positif.

Newsletter

L'Office du tourisme envoie quatre fois par année une e-newsletter, soit une par saison, à plus de 1'200 contacts. Cet outil de communication permet de donner des informations actuelles et de garder un lien avec les abonnés. Les e-news sont envoyées de manière séparée en allemand et en français et les taux d'ouverture sont bons, ce qui prouve l'intérêt des abonnés pour la région.

L'envoi d'e-newsletters est actuellement un des outils de marketing digital les plus efficaces, mais pour bénéficier des effets positifs, il doit être utilisé de manière pertinente. Pour ce faire, des efforts supplémentaires devront être investis dans ce domaine, afin de mettre sur pied une véritable stratégie, notamment en segmentant les abonnés afin de leur faire parvenir le bon message au bon moment.

Réseaux sociaux

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme anime depuis la fin de l'année 2011 une page sur *Facebook*. Cette présence sur le réseau social permet de communiquer sur les actualités de l'office (notamment les manifestations) et de recueillir des commentaires de la part de notre public. Le nombre de personnes qui « aime » la page *Facebook* est en constante augmentation. Néanmoins la communauté a un potentiel d'accroissement encore plus important. Les personnes qui suivent l'Office du tourisme sur *Facebook* sont majoritairement des femmes (60%) et se trouvent dans la tranche d'âge 25-55 ans.

Un effort supplémentaire doit être fait dans le domaine des réseaux sociaux avec la mise en place d'une stratégie pertinente afin d'augmenter la communauté et le taux d'interaction, mais également dans le but de segmenter plus précisément nos actions pour toucher nos différentes cibles de manière efficace.

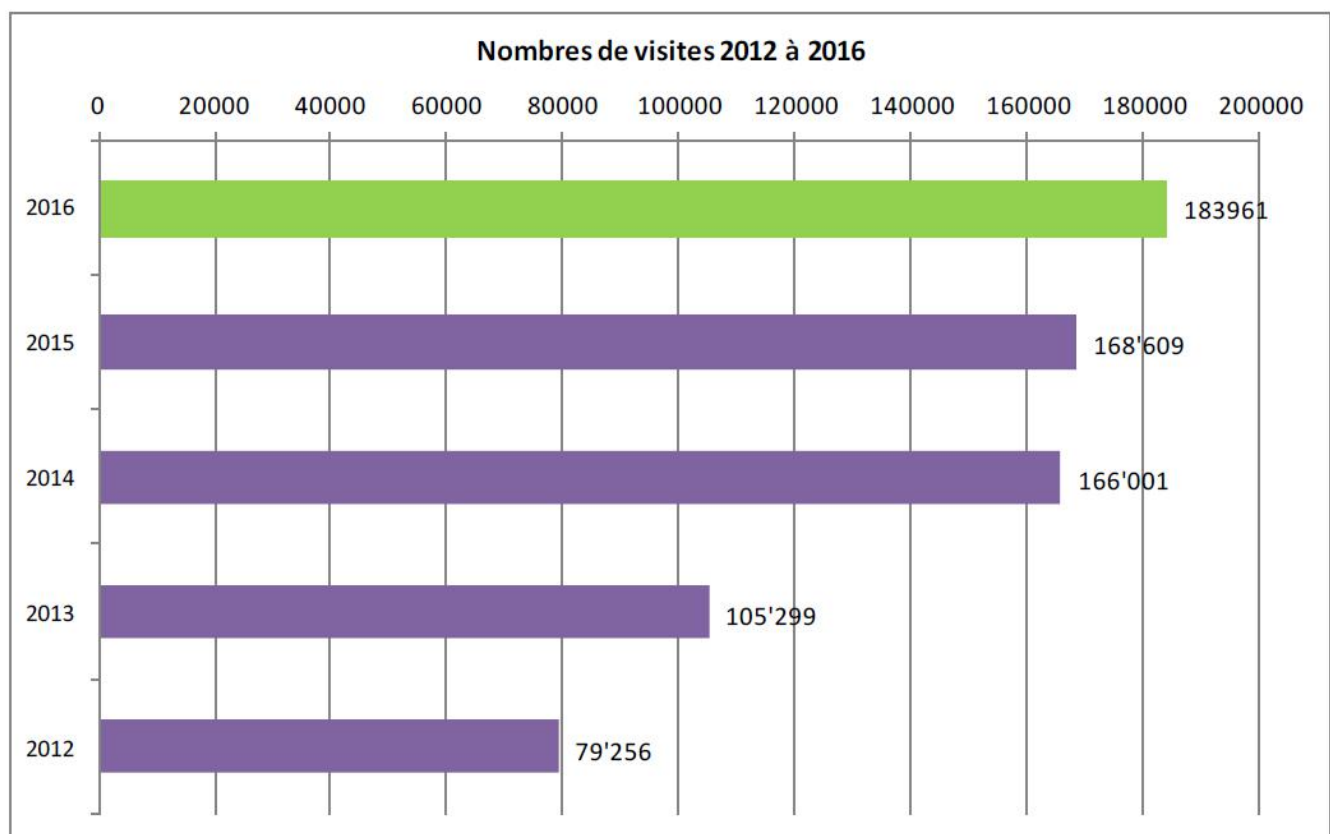
Site internet

Le site internet www.estavayer-payerne.ch est un outil de communication essentiel pour la région. Il a la triple mission de promouvoir la destination, d'informer les hôtes et habitants et d'améliorer l'expérience client avant, pendant et après le séjour des hôtes. Dans ce sens un grand travail a été fait en 2016 afin de créer un nouveau site internet, en collaboration avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT), pour mettre en avant des expériences plutôt que des produits. Le site a été mis en ligne en novembre 2016.

En terme de chiffres, le nombre de visiteurs uniques a continué de croître, ce qui est en parfaite adéquation avec l'accroissement général de l'utilisation d'internet. La durée moyenne d'une visite ainsi que le nombre de pages vues par visite sont en diminution, ce qui est également en accord avec la tendance global d'internet. Ceci nous montre l'importance d'avoir un site internet clair avec des informations rapidement consultables pour ne pas péjorer le taux d'abandon.

Nous constatons que 38% de la fréquentation du site Internet se fait depuis un appareil mobile, ce qui se rapproche de la tendance générale en Europe, où presque la moitié des accès se font de manière mobile. Ceci nous montre l'importance d'avoir un site adapté à tous les appareils, mais également un contenu également en adéquation avec ces nouveaux comportements.

Suite au lancement du nouveau site internet, des adaptations doivent encore être faites au niveau de la fonctionnalité et des contenus pour qu'il amène une réelle plus-value en matière de promotion et d'accueil aux hôtes.



Comptes 2016

L'année 2016 se boucle avec un bénéfice de CHF 41.04. Ce résultat s'explique par une gestion rigoureuse des charges et la volonté de créer une réserve pour investissements futurs. Cette dernière a pu être constituée à hauteur de CHF 24'000.-.

En 2016, l'Office du tourisme a bénéficié d'une augmentation significative des taxes de séjour sur Vaud qui proviennent des séjours du camping d'Estavayer 2016 à hauteur de CHF 45'000.-. Ce produit supplémentaire est à mettre en relation avec les frais relatifs à la manifestation, notamment en matière d'heures de travail dont l'estimation se porte à plus de 500 heures en quatre ans.

Le bilan et les comptes 2016 peuvent être obtenus auprès d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme.



Comité et Personnel

Le Comité

La Présidence de l'Association Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a été attribuée, pour les années 2015-2016, à M. Michel Zadory, Mme Christelle Luisier Brodard devenant ainsi Vice-présidente. Suite au changement de législature en juillet 2016, M. Christian Friedli a été remplacé par M. André Bersier comme deuxième représentant de la commune de Payerne au côté de Mme Christelle Luisier Brodard.

Comité d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

M. Michel Zadory

Président d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

Conseiller communal, représentant de la commune d'Estavayer-le-Lac

Mme Christelle Luisier Brodard

Vice-présidente d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, Syndique de la commune de Payerne

M. Eric Rey

Conseiller communal, représentant de la commune d'Estavayer-le-Lac

M. Christian Friedli (jusqu'à juin 2016)

Municipal, représentant de la commune de Payerne

M. André Bersier (dès juillet 2016)

Municipal, représentant de la commune de Payerne

Mme Anne Meyer Loetscher

Représentante de la SD d'Estavayer-le-Lac

M. Claude Berger

Représentant de la SD de Payerne

M. Gilles Borgognon

Représentant de la SD d'Estavayer-le-Lac

Mme Jacqueline Rostan

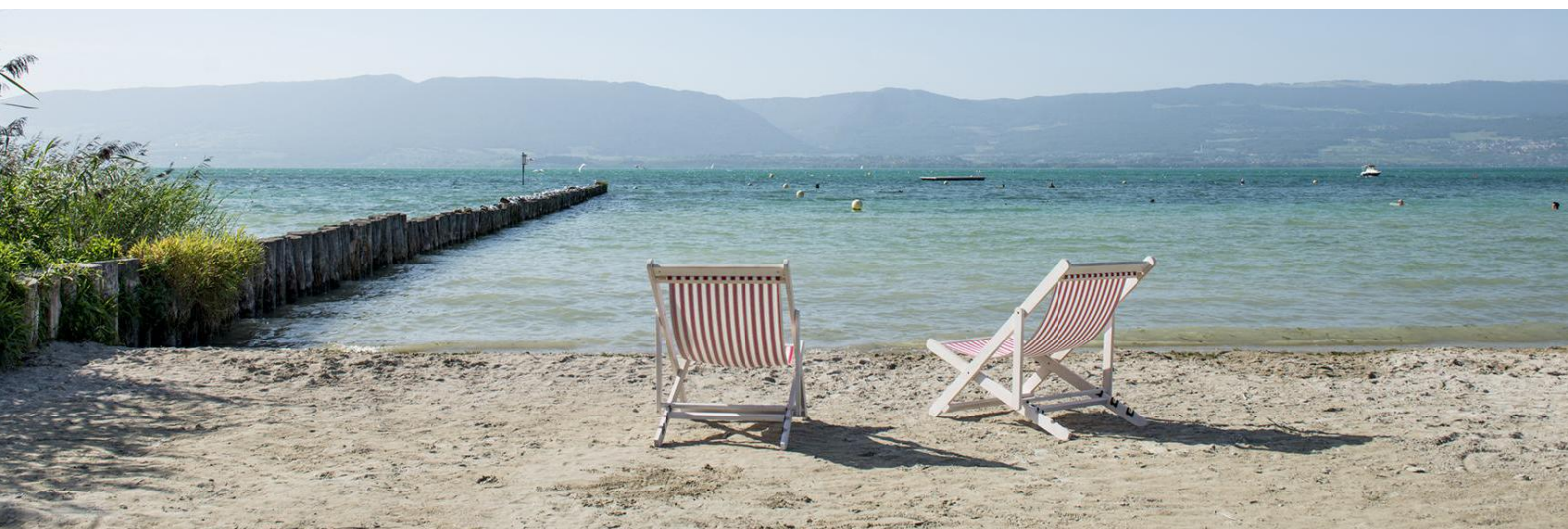
Représentante de la SD de Payerne

M. Laurent Mollard

Directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

Mme Vanessa Betschart

Marketing et Relations publiques d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme



Le Personnel d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

L'Office du tourisme sensible à son rôle de formateur engage fréquemment des stagiaires étudiants en tourisme. Mme Margot Bernet, qui avait débuté son stage en juin 2015, l'a terminé en juillet 2016 et travaille un jour par semaine à l'Office du tourisme à côté de ses études. Mme Hélène Galera Arm, qui avait débuté son stage en juillet 2016, l'a terminé en décembre 2016 en mettant à profit son expérience professionnelle dans la réalisation de son travail de bachelor. Elle a depuis été engagée à 50% pour l'accueil et l'information, mais également pour le développement de produits touristiques. L'équipe est composée de personnes d'expérience qui connaissent parfaitement la région et ses atouts.

Nous profitons de ce rapport pour les remercier de leur implication et de leur travail.

Personnel d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme	
M. Laurent Mollard	
	Directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme (100%)
Mme Chantal Volery	
	Assistante de direction (80%)
Mme Vanessa Betschart	
	Marketing et Relations publiques (100%)
Mme Nathalie Binggeli	
	Web et Office (70%)
Mme Sophie Giuliano	
	Animations et Evènementiel (60%)
Mme Marianne Aeschbacher	
	Visites guidées et Randonnées (50%)
Mme Margot Bernet	
	Stagiaire (100%) jusqu'en juillet 2016 Collaboratrice (20%) dès octobre 2016
Mme Hélène Galera Arm	
	Stagiaire (80%)

Impressum : ©Suisse Tourisme
 ©RawKingPhoto
 ©Olivier Rapin
 ©Estavayer-le-Lac_Payerne_Tourisme
 ©Trivaport
 ©SD Cheyres



**ESTAVAYER-LE-LAC
PAYERNE
ET REGION**
L'accord parfait

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac

Rue de l'Hôtel de Ville 5

1470 Estavayer-le-Lac

T +41 (0)26 662 66 80

F +41 (0)26 662 66 81

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch

Office du tourisme de Payerne

Place du Marché 20

1530 Payerne

T +41 (0)26 662 66 70

F +41 (0)26 662 66 81

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch

