

# ESTAVAYER-LE-LAC PAYERNE & REGION



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

Rapport d'activité 2022



[www.estavayer-payerne.ch](http://www.estavayer-payerne.ch)

<b>Mot du Directeur et du Président</b>	<b>p. 3</b>
<b>Missions, valeurs et objectifs</b>	<b>p. 4</b>
Nos missions	p.4
Nos valeurs	p.4
<b>Organisation</b>	<b>p. 5</b>
Membres de l'Assemblée Générale	p. 5
Équipe opérationnelle	p. 5
<b>Hébergement</b>	<b>p. 6</b>
Statistiques d'hébergement	p. 6
<b>Information et accueil</b>	<b>p. 7</b>
Guichet, fréquentation, tâches	p. 7
Accueil mobile	p. 7
Billetterie	p. 7
Nouvel Office du tourisme	p. 8
<b>Produits touristiques</b>	<b>p. 10</b>
Visites guidées	p. 10
Découverte de la Grande Cariçaie	p. 10
Détective-Trail	p. 11
Humbert le Bâtard à Estavayer-le-Lac	p. 11
ArtiChoke	p. 12
<b>Manifestations</b>	<b>p. 14</b>
Co-organisées et organisées par EPT	p. 14
Soutenues financièrement par EPT	p. 16
<b>Promotion</b>	<b>p. 17</b>
UFT Campagne printemps - Marché Suisse	p. 17
UFT Campagne été - Marché Suisse	p. 18
UFT Campagne automne - Marché Suisse	p. 19
Campagne Allemagne	p. 19
Campagne France	p. 20
Jura & Trois-Lacs	p. 20
Vaud Promotion	p. 20
Plateforme touristique de la Broye	p. 21
Diverses actions menées par l'OTR	p. 21
<b>Communication</b>	<b>p. 22</b>
Visites de presse	p. 22
Brochures	p. 23
Site internet	p. 24
Réseaux sociaux	p. 25
<b>Finances</b>	<b>p. 27</b>

## Quelques mots d'Estavayer-le-Lac/Payerne et Région

L'année touristique 2022 a modifié les « mauvaises » habitudes prises ces dernières années. Le bilan global affiche des résultats très positifs, tant au niveau des nuitées que de la fréquentation excursionniste de la destination ainsi que du nombre de manifestations organisées. Nous poursuivons notre développement et notre montée en puissance, également en termes de communication avec certains de nos produits touristiques phares comme la Grande Cariçaie et ArtiChoke, placés en tête de liste auprès de Suisse Tourisme.

Le bilan des nuitées affiche une réjouissante augmentation de près de 20% des nuitées de passage (130'000), et de 3% au total pour l'ensemble des nuitées de notre destination. On dépasse largement les chiffres de 2019, année dite de référence avant COVID (+25%). Cette croissance des nuitées de passage est due à la reprise de l'hôtellerie et à l'évolution spectaculaire des nuitées en chambre d'hôte qui ont presque quadruplé depuis 2019 pour atteindre 20'640 unités en 2022.

Cette année a été aussi marquée par l'organisation de l'ensemble des manifestations prévues avec en plus quelques nouveautés comme le Baby Poulpe Festival à Payerne. Notre destination est une région très dynamique en termes d'événements et manifestations, l'office du tourisme y contribue largement avec 28 événements organisés, coorganisés ou soutenus. Bien entendu, ces éléments sont essentiels à la vie touristique de notre destination et la région peut se targuer d'en organiser de nombreux et de qualité.

L'Office du tourisme a travaillé fortement durant cette année charnière à l'amélioration de l'accueil et de l'information donnée à nos visiteurs. D'une part, par la création de la patrouille mobile à vélo qui a connu sa première édition, avec succès, et qui sera reconduite pour 2023 et d'autre part, notre association a pu mener à bien le projet du nouvel accueil touristique. Ce nouvel espace situé au cœur d'Estavayer-le-Lac est un véritable lieu de vie, d'accueil et de promotion de la région. Un endroit unique, chaleureux et qui promet de laisser un souvenir de marque à nos visiteurs. A visiter dès que possible !

Au niveau stratégique, Estavayer-le-Lac/Payerne et Région poursuit sa mue. Un mandat de prestations « marketing/communication » a été établi avec la ville de Payerne ce qui permettra de travailler ensemble de manière plus adéquate avec les attraits touristiques régionaux. De plus, une première refonte de la gouvernance de l'association a été effectuée avec l'intégration de prestataires touristiques au sein du comité. La réorganisation se poursuivra pour arriver à un meilleur positionnement touristique en fin d'année 2023.

Nous tenons à remercier l'ensemble du comité, les collaboratrices de l'office du tourisme et les partenaires pour leur engagement pour cette année 2022 qui va marquer le tourisme dans la région et vous souhaitons une optimale saison touristique.

**Samuel Ménétreay, Président**  
Estavayer-le-Lac/Payerne et Région

**Fabien Mauron, Directeur**  
Estavayer-le-Lac/Payerne et Région

## MISSIONS, VALEURS ET OBJECTIFS

### 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.

### 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 objectif 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.

## ORGANISATION

### Membres de l'Assemblée Générale

L'Assemblée Générale est formée de neuf membres représentant les communes, les sociétés de développement (SD) et les partenaires touristiques.

**S**amuel Ménétrey, Président, représentant de la Commune d'Estavayer

**N**icolas Schmid, Vice-Président, représentant de la Commune de Payerne

**A**urélie Meylan, représentante de la SD de Payerne

**A**nnie Meyer Loetscher, représentante de la SD d'Estavayer et environs

**F**rédéric Gross, représentant de Portalban Tourisme

**C**atherine Nobbs Balimann, représentante de la SD de Cheyres-Châbles

**B**ertrand Chardonnens, représentant du secteur «Gastronomie & Hôtellerie »

**L**aetitia Brodard, représentante du secteur « Manifestations & Evénements »

**A**nne-Gaëlle Villet, représentante du secteur « Attractions touristiques »

### Équipe opérationnelle

Sept personnes, représentant 5.7 équivalents plein temps, travaillent au sein de l'association touristique. L'organisation mise en place permet à chaque collaboratrice de se spécialiser dans son domaine de compétences afin d'améliorer la qualité générale des services fournis par l'association.



### ORGANISATION OPERATIONNELLE 2022

#### Communication

##### COMMUNITY

Site Internet  
Newsletter / CP  
Réseaux sociaux  
SEO/Mkt automation

S

##### PROMOTION

Actions coordonnées  
Annonces / Stands  
Forfaits

RP

Relations médias  
Sponsoring  
Relations partenaires  
Représentations

##### SUPPORTS

Brochures  
Mementos / Affiches  
Matériel promo  
Supports digitaux

#### Direction

Management  
Stratégie / Budget  
Comité / Commissions  
Réseau partenaires

#### Produits / Events

##### ÉVÉNEMENTS

Marchés  
Brocante  
Bénichon  
Braderie  
Fête Médiévale

##### ANIMATIONS

Rallies / Jeux  
Randonnées  
Visites guidées  
Itinéraires des crèches  
Enigmes de Pâques  
Visites Grande Carrière

#### Information / Accueil

Chantal Volery  
(100%)

Eléonore Fouchault  
(100%)

Stagiaire  
(100%)

Sophie Giuliano  
(60%)

Nathalie Binggeli  
(60%)

Marianne Aeschbacher  
(50%)

#### Dév. produits

##### PRODUITS

Partenariats  
Nouveaux produits  
Programmes qualité

##### ARTICHOKE

Parcours

#### Administration

##### ORGANISATION

Organisation bureau  
Plannings  
Informatique  
Matériel / Stocks

##### FINANCES

Billetterie  
Comptabilité / RH  
Classification  
Taxes de séjour

# HÉBERGEMENT

## Statistiques d'hébergement

A contrario des nuitées liées aux forfaits qui sont restées relativement stables, les nuitées de passage en hôtellerie et parahôtellerie ont augmenté de 20 % par rapport à 2021 (+ 21'000) et surtout de 25 % par rapport à 2019, année de référence par rapport à la norme pré-Covid.

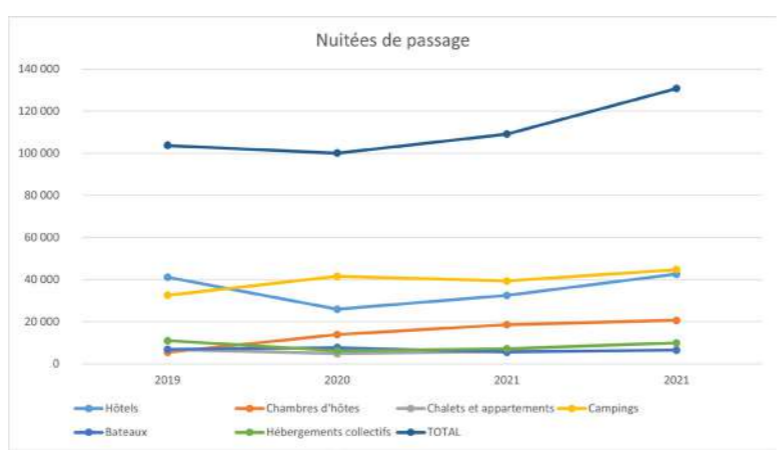
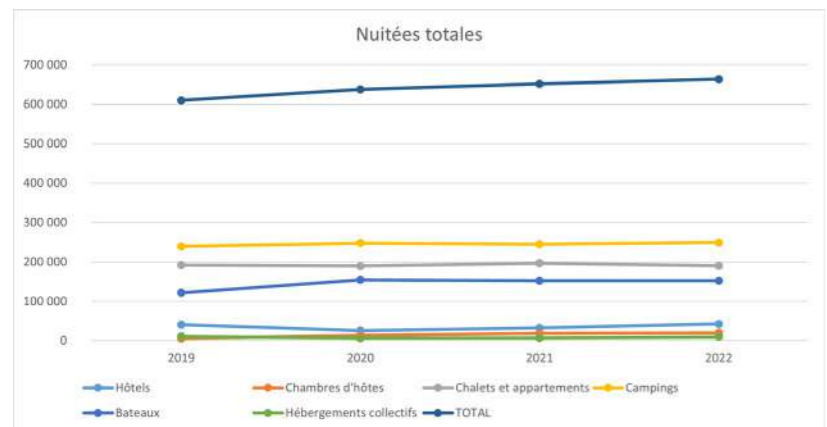
Il est très appréciable de constater que les hôtels ont pratiquement retrouvé leurs hôtes d'avant la pandémie et que les chambres d'hôtes continuent leur croissance. Les campings profitent quant à eux de la mise en lumière de l'été 2020, en enregistrant une augmentation de 37% par rapport à 2019.

En globalité, les nuitées restent majoritairement générées par nos résidents secondaires qui paient des taxes de séjour au forfait. Toutefois, alors que ces dernières représentaient encore les 85% des nuitées enregistrées en 2021, elles voient leur ratio diminuer au profit des nuitées de passage, respectivement de 80% et 20% en 2022.

**Nuitées totales de la région**

**2022 = 663'762**

**+ 3%**



# INFORMATION ET ACCUEIL

## Guichets Fréquentation, tâches

Selon nos statistiques, l'affluence de touristes à l'Office du tourisme fut en nette augmentation en comparaison à 2021, probablement due à la météo très clémente, le soleil très présent et le peu de pluie qu'il y a eu durant la haute saison. Notre collaboration étroite avec l'Abbatiale de Payerne permet également de promouvoir et d'informer au mieux les touristes de passage qui visitent le monument et qui souhaiteraient recevoir des informations complémentaires sur les attraits de l'ensemble de la région.

## Accueil mobile

Durant les mois de juillet et août, Estavayer-le-Lac/Payerne et Région a lancé un projet de patrouille d'agents touristiques à vélo. Deux ambassadrices aux couleurs de #myrivesud ont eu pour mission d'aller à la rencontre des touristes dans les lieux fréquentés et lors de manifestations, afin de les renseigner, de les guider et de promouvoir les attractions de la région. Leurs visites, notamment au Payerneland, sur les bateaux de la LNM, ainsi qu'aux abords du Château de Chenaux, ont été fortement appréciées. Au niveau de la diffusion de documents, on retrouve naturellement les forces touristiques de la destination au premier plan.

**Top 7: Brochures**

- #1 GRANDE CARIÇAIE
- #2 ARTICHOKE
- #3 CARTES CYCLO
- #4 INFO-GUIDE
- #5 BROYE PAS À PAS
- #6 RALLYE & HUMBERT
- #7 AGENDA DES EVENTS

**Top 5 : Lieux**

- #1 PAYERNELAND
- #2 BÂTEAU
- #3 CHÂTEAU & MINI-GOLF
- #4 LE VLG
- #5 NOUVELLE PLAGE

## Billetterie

La reprise conséquente des ventes de cartes journalières de la LNM, impactées en 2021 par les inondations, ont donné un rebond au service de billetterie. Les transactions ont ainsi passé de CHF 13'600.- en 2021 à 22'580.- en 2022.

**Nouvel Office du tourisme**

L'Association touristique Estavayer-le-Lac/Payerne et Région a ouvert, le 15 février 2023, un nouvel espace d'accueil et de promotion touristique dans le cœur historique d'Estavayer-le-Lac. Un lieu de vie qui permet de s'informer sur les attraits touristiques de la région, de s'imprégner de l'identité visuelle régionale et de repartir avec un petit souvenir de vacances ou un article représentant la destination. Un véritable outil d'accueil, de promotion qui profite aux touristes en premier lieu mais offre également une meilleure visibilité de l'ensemble des partenaires touristiques de la région notamment avec la conception d'une fresque de plus de 15 mètres de long ! Cette œuvre permettra aussi à l'Office du tourisme d'intégrer le parcours d'art urbain ArtiChoke ce qui engendrera une fréquentation supplémentaire des lieux.



## PRODUITS TOURISTIQUES

### Visites guidées

Des visites guidées de la ville d'Estavayer-le-Lac et des jeux sont proposés aux groupes pendant toute l'année. Lors de la période des courses d'école, de nombreux enfants en profitent pour connaître l'histoire de la ville.

En 2022, 35 visites guidées et 27 jeux ont été organisés. Les 50% des visites se sont déroulées durant les mois de juin et juillet. L'itinéraire d'art urbain ArtiChoke a été la visite guidée la plus demandée en 2022.

### Découverte de la Grande Cariçaie

Différentes visites dans la Grande Cariçaie, accompagnées par une biologiste, ont été organisées. Les thèmes proposés variaient selon les saisons. Au printemps, deux visites à pied sur le thème des rainettes et des crapauds sonneurs ont rencontré un succès mitigé. En revanche, en été, les sorties « en canoë » ainsi que les balades « sur les traces des castors » ont rencontré un énorme succès et affichaient à chaque fois complet comme chaque année. La sortie « à vélo » a eu lieu cette année avec 10 participants. En automne, les rassemblements d'oiseaux d'eau ont également bien fonctionné.

Un nouveau produit avait été mis en place sur le thème « en paddle dans la Grande Cariçaie » avec une sortie programmée au mois de juin et l'autre au mois de juillet. La première sortie a eu lieu avec 7 participants et a connu un joli succès. Malheureusement, la deuxième a été annulée en raison de l'intervention de la Police du lac qui ne souhaitait pas que nous propositions cette activité dans la réserve de la Grande Cariçaie. Il est important de préciser que la sortie était prévue avec une biologiste et qu'elle devait se dérouler dans le respect strict des règles de la réserve naturelle, dans des secteurs libres d'accès au public, et que nous avons le soutien de l'Association de la Grande Cariçaie. Toutes ces excursions ont nécessité des arrangements avec la Police du lac et l'Association de la Grande Cariçaie.

De façon globale, plus de 200 personnes et 6 journalistes ont pu découvrir les beautés de la faune et de la flore de la Grande Cariçaie tout en étant sensibilisés à la nature, le tout avec une biologiste et de manière ludique.



### Détective-Trail à Payerne

Conçu en partenariat avec MyCityHighlight, entreprise spécialisée dans l'expérience ludique en ville, le Détective-Trail de Payerne a été inauguré au printemps 2022. Sillonnant la ville à la recherche de « clés » pour craquer un code, le parcours s'achève à l'Abbatiale où un coffre au trésor attend les participants. Succès prometteur pour cette année inaugurale : 150 joueurs ont répondu à l'appel. Un dépliant a été créé et différents posts réseaux sociaux ont été publiés pour le lancement de ce nouveau produit.



### Humbert le Bâtard à Estavayer-le-Lac

Les résultats sont parlants. En 2022, la plateforme enregistre 25'000 visiteurs uniques et plus de 67'000 pages vues, soit près du double qu'en 2021. Au total 240 joueurs ont mené l'enquête, dont 169 en français et 71 en allemand. Pour atteindre ces chiffres, des vidéos ont été créées en collaboration avec la Fête médiévale et une campagne Google Ads a été effectuée durant l'été. Cette promotion a généré plus de 685'000 impressions et 8'900 clics.



## ArtiChoke

2022 a été une grande année pour le développement du concept ArtiChoke. L'Office du tourisme a contribué, en collaboration étroite avec l'association ArtMur, à développer le parcours avec 5 nouvelles œuvres, une nouvelle signalétique et une communication dense.

### Nouvelles œuvres

#### NEVERCREW – Œuvre au Moulin Agricole

Le duo tessinois NEVERCREW est venu donner une seconde vie au Moulin Agricole d'Estavayer-le-Lac. À la suite d'une première tentative pour les faire venir en 2019, c'était un réel honneur pour le Comité ArtMur ainsi que l'Office du tourisme d'accueillir ces deux artistes suisses. Cette façade leur était en quelque sorte destinée, car ils se produisent uniquement sur des murs monumentaux. Selon eux, il s'agirait même d'une des plus hautes fresques qu'on leur ait confiées jusqu'à maintenant.

#### Fabian Branas – Œuvre sur la Tour d'eau

Cette année, l'artiste Fabian Branas a été invité à proposer un tout nouveau design pour la Tour d'eau qui est visible sous plusieurs angles et depuis différents endroits de la ville. Pour ce faire, il a imaginé un aquarium géant qui plait à tout public.

#### Raquel Rodrigo – Œuvre à Bellavista

Après une première œuvre très appréciée et remarquée sur une façade de la Grand-Rue en 2019, Raquel Rodrigo a proposé une nouvelle réalisation d'un autre genre sur la façade de Bellavista. Cette œuvre était voulue par l'opticien qui a souhaité que l'artiste lui fasse une proposition pour décorer sa devanture.



#### Antonyo Marest – Œuvre aux Autrichiens

L'artiste espagnol Antonyo Marest est venu s'ajouter au parcours d'art urbain en proposant une œuvre aux couleurs et aux formes vives qui ne laissent pas les passants indifférents. Idéalement située en face de la Migros, cette œuvre apporte un nouveau visage à la façade des Autrichiens 1.

#### Ride In Peace – Œuvre à Vélozone

Après avoir posé son premier vélo en Suisse, pour la première édition du Festival ArtiChoke 2019, l'artiste français Ride In Peace a fait son retour. Son deuxième vélo a été accroché non loin du premier, contre la façade du magasin de vélos Vélozone, à la Route du Port. Cette installation était souhaitée par son propriétaire, car elle vient compléter sa devanture et s'intègre parfaitement à l'environnement alentour.

### Brochures

Au vu des 5 nouvelles œuvres qui sont venues s'ajouter à l'itinéraire d'art urbain cette année, il était essentiel de remettre à jour la brochure ArtiChoke afin de fournir des documents actuels aux visiteurs. Ainsi, cette dernière a été rééditée et le plan a été complété avec les nouvelles réalisations. De même, les fiches avec les sponsors de l'itinéraire ont également été réactualisées.

### Plaquettes descriptives

En 2022, une volonté de l'Office du tourisme était d'améliorer les informations fournies sur le parcours d'art urbain, au vu du nombre de visiteurs croissant ainsi que de la deuxième édition du festival. Ainsi, une plaquette descriptive a été ajoutée sous chaque œuvre, avec les informations suivantes : nom de l'artiste et pays d'origine, année de réalisation et nom de l'œuvre, QR-codes renvoyant vers le descriptif complet de l'artiste/l'œuvre en ligne et éventuel(s) sponsor(s).



## MANIFESTATIONS

### Manifestations co-organisées et organisées par Estavayer-le-Lac/Payerne et Région

27.11 au 1.5

#### Chasse au trésor Chevroux

Comme lors des années précédentes, les 9 postes d'énigmes ont conduit les aventuriers à travers la Grande Cariçaie. En chemin, petits et grands ont découvert des informations sur les insectes et les animaux présents dans la réserve naturelle. La résolution des défis a conduit les 470 participants au restaurant du Port à Chevroux pour y déguster une fondue au chocolat.

15 au 18.4

#### L'Enigme du Lapin de Pâques Estavayer-le-Lac

L'Enigme de Pâques a réuni les familles autour de l'histoire de la poule Colette qui s'est fait voler ses œufs lors du week-end pascal. Les visiteurs ont mené l'enquête dans la ville d'Estavayer-le-Lac grâce aux 10 indices et rébus disséminés dans la ville. Ces enquêteurs en herbe se sont vu offrir une petite récompense à la fin de leurs recherches pour les remercier. Pas moins de 1100 enfants ont participé à cette aventure.

30.4 au 1.5

#### Marché de la Ferme en Ville Estavayer-le-Lac

« La Ferme en Ville » a repris ses quartiers dans le bourg médiéval d'Estavayer-le-Lac, le temps d'un week-end, après 3 ans d'absence. Cette édition fut un réel succès et a connu une jolie affluence, notamment grâce à la météo qui était plus que favorable durant ces deux jours de fête. Les familles ont eu du plaisir à se balader le long des ruelles et à découvrir les nombreux animaux de la ferme, venus spécialement pour cette occasion. Quant au marché, c'était un carton plein avec un total de 18 stands aux produits de bouche et d'artisanat divers.

28 au 29.8

#### Bénichon Staviacoise Estavayer-le-Lac

Après 2 versions restreintes en 2020 et 2021, la Bénichon Staviacoise a pu être à nouveau célébrée en grande pompe. La tente de fête a fait son retour à la Porte des Dominicaines et a su, comme les restaurateurs de la ville, régaler les visiteurs avec le typique Menu de Bénichon. L'ambiance était au rendez-vous grâce aux nombreuses animations musicales, à la levée des danses, à l'exposition de petits animaux, aux tours en calèche et au marché. Les visiteurs ont pu découvrir une trentaine de stands proposant de l'artisanat folklorique et des spécialités du terroir dans les rues de l'Hôtel de Ville, la Grand-Rue, du Musée et sur la Place de l'Eglise. Cette année, le concours de la meilleure moutarde de Bénichon a accueilli un tout nouveau jury composé de 8 Moustardiers. Les participants étaient nombreux avec 85 amateurs et 13 professionnels. Ce taux de participation élevé n'avait pas été atteint depuis 2018 lors de la Bénichon du pays de Fribourg. La dégustation des moutardes s'est déroulée devant la Collégiale St-Laurent le samedi matin, puis durant l'après-midi, le vote du public a notamment pu être organisé après 2 ans d'absence. Les gourmands étaient au rendez-vous, en environ 2 heures 141 votes ont été récoltés. Les résultats ont été annoncés sous la tente de fête.

3.9

#### Aubade Estavayer-le-Lac

La formation Rijnmondband Schiedam venue des Pays-Bas pour la première fois en Suisse s'est fait entendre dans les rues d'Estavayer-le-Lac. Leur parade a débuté à 11h au restaurant du Port, s'est ensuite dirigée vers la Place du Midi, puis dans la Rue de l'Hôtel de Ville, pour finir sur la Place de l'Eglise. Les Tattoos ont joué plusieurs morceaux sur cette même place car le marché du samedi se tenait dans la Grand-Rue.

1.10

#### Marché d'Automne Payerne

Malgré une installation des stands dans de bonnes conditions, le temps s'est rapidement gâté et a laissé place à la pluie et à des vents violents. Sur la soixantaine de stands prévus ce jour-là, nombreux ont été affectés par les contraintes météorologiques et de fait, par la faible affluence. La Guggenmusik « Les Ménéguèzes » a tout de même assuré, à trois reprises, une ambiance festive sur la Place du Marché. L'arrivée des Bossettes à 18h30 a attiré quelques visiteurs afin de partager le verre de l'amitié.

7.5

#### Marché de printemps Payerne

Cette année, ce sont plus de 60 stands qui se sont retrouvés sur la Place du Marché, avec chacun des produits artisanaux ainsi que diverses gourmandises sucrées et salées pour émerveiller les nombreux visiteurs. Tout au long de la journée, petits et grands ont pu se divertir grâce aux balades à dos d'âne, à la Ludothèque « La Marotte » ainsi qu'aux précieux conseils des jardiniers de la ville. Le groupe Sunday Gospel Singers, venu chanter à deux reprises, a également beaucoup plu et permis de donner des airs de festival au marché. Côté nourriture et boissons, chacun y trouvait son bonheur que ce soit du côté des Tumulus, ou de celui de la Guggenmusik Les Pèdz'ouilles qui était exceptionnellement présente avec une cantine et un bar, à l'occasion de ses 25 ans.

23.7

#### Marché Staviacois Estavayer-le-Lac

Après une mise en place sous la pluie, les visiteurs ont eu le plaisir de découvrir les quelque 150 stands présents au Marché Staviacois sous un magnifique soleil. Parmi ces derniers, on comptait près d'une trentaine de nouveaux exposants aux produits artisanaux et/ou gourmands tels que : lampes en mosaïques, espadrilles, amarettis, bricelets sucrés/salés, terrines, huile d'olive, etc. Bars, restaurants et sociétés locales de la ville ont également vu défiler un grand nombre de personnes et de manière générale, le bilan du marché était très positif.

En comparaison avec les deux dernières éditions du marché (2019 et 2021), il y avait environ une vingtaine de stands en moins. Cela s'explique du fait des nouveaux aménagements publics en ville comme : bancs, arbres ou encore parcs à vélos qui restreignent l'espace à disposition.

12 au 14.8

#### Brocante en plein air Estavayer-le-Lac

Grâce à une météo favorable et ensoleillée, la Brocante en plein air d'Estavayer-le-Lac a accueilli de nombreux visiteurs tout au long du week-end, en particulier le vendredi et le samedi. Les chineurs ont pu découvrir toutes sortes de bibelots, d'antiquités, d'objets vintage auprès des 77 brocanteurs présents. Un grand nombre d'enfants ont participé à l'événement en proposant des jouets et des livres dans les ruelles de la ville. Le fameux « apéritif des brocanteurs » du vendredi soir, dégusté dans les Jardins du Musée, a également été très apprécié.

3.12 au 8.1

#### Itinéraire des crèches Estavayer-le-Lac

L'édition 2022-2023, a rencontré un très vif succès avec plus de 2'200 brochures distribuées. Le nombre de crèches proposées et réalisées par les habitants staviacois a dépassé le nombre d'avant Covid en se montant à 82 créations. De plus, ce ne sont pas moins de 1'454 visiteurs qui ont arpenté la cité médiévale en P'tit train : record absolu depuis la création de l'itinéraire il y a plusieurs décennies. Les spectacles de marionnettes organisés au Musée d'Estavayer-le-Lac et ses grenouilles ont également attiré pas moins de 300 personnes en 8 représentations. Ce succès a été possible grâce aux créateurs-trices de crèches, mais aussi à la promotion et à la communication des activités hivernales de la région par le biais de différents médias, notamment avec le reportage de Couleurs locales du 27 décembre 2022.

3.12 au 31.1

#### Bonshommes de neige Estavayer-le-Lac

Durant presque deux mois, 8 bonshommes de neige étaient dissimulés dans les vitrines des commerces locaux et dans les recoins de la ville d'Estavayer-le-Lac. Plus de 500 familles sont parties à leur recherche et ont découvert la cité médiévale de manière ludique. Parmi ces nombreux participants, cinq ont été tirés au sort et ont gagné une chasse au trésor & une fondue au chocolat pour 2 personnes.

## PROMOTION

## Manifestations soutenues financièrement par Estavayer-le-Lac/Payerne et Région

L'année 2022 a été exceptionnelle en termes de manifestations et animations pour dynamiser la région. Un nombre record d'événements ont eu lieu, ce qui a permis d'attirer bon nombre de touristes et également le public local et régional. Ces différents événements jouent un rôle majeur pour la promotion et permettent d'amener un large public, ce qui engendre des retombées économiques pour l'ensemble des partenaires.

Outre l'organisation de manifestations, l'Office du tourisme a joué son rôle de soutien principalement au niveau de la promotion et de la communication. Estavayer-le-Lac/Payerne et Région remercie les différents organisateurs pour leur engagement afin de dynamiser la région.

08-10.04	<b>Brandons</b> Payerne
13-15.05	<b>Fête régionale de Lutte</b> Portalban
20-22.05	<b>Ludimania'K</b> Estavayer-le-Lac
26-29.05	<b>Tournoi d'échecs</b> Payerne
23-25.06	<b>Red Pigs</b> Payerne
24.06-10.07	<b>Tir cantonal</b> Payerne
01-03.07	<b>ArtiChoke Festival</b> Estavayer-le-Lac
08-10.07	<b>Festi'Cheyres</b> Cheyres
14-16.07	<b>Swing in the Wind</b> Estavayer-le-Lac
23-24.07	<b>Fête cantonale fribourgeoise de Lutte</b> Léchelles
26-30.07	<b>Estivale Open Air</b> Estavayer-le-Lac
17-21.08	<b>Concours hippique</b> Dompierre
16.09	<b>Baby Poulpe Festival</b> Payerne
23-25.09	<b>Fête médiévale</b> Estavayer-le-Lac
07-09.10	<b>Fête des vendanges</b> Cheyres
05.11	<b>Journée des Artisans</b> Estavayer-le-Lac
03-04.12	<b>Marché de Noël</b> Estavayer-le-Lac
10.12	<b>Coupe de Noël</b> Estavayer-le-Lac

**2022**  
**18**  
**manifestations**  
**soutenues**  
**financièrement**  
**par l'OT**

**10**  
**manifestations**  
**co-organisées**  
**et organisées**  
**par l'OT**

Notre stratégie promotionnelle en 2022 consistait principalement à viser le marché suisse. Les marchés comme la France ou l'Allemagne, importants pour notre région, ont aussi été travaillés mais avec une intensité plus faible. Nos moyens financiers sont dévolus principalement aux différentes collaborations que nous avons avec Fribourg Région, Vaud promotion et Jura 3 Lacs. De plus, notre plateforme de communication broyarde soutenue par la COREB nous permet également d'effectuer des actions en coordination. Enfin, nous saisissons des opportunités promotionnelles en lien direct avec la destination d'Estavayer/Payerne et Région durant l'année.

## Campagnes Fribourg Région Campagne printemps - Marché suisse

Fribourg Région a relancé la campagne cantonale 100% digitale en utilisant le leitmotiv « Pour de vrai ». L'objectif de cette action d'envergure était de placer Fribourg Région en tant que destination de vacances auprès des Suisses en proposant 150 séjours à gagner. Cette action dotée d'un budget de CHF 400'000.- a permis à notre destination de placer quelques produits phares comme nos plages de sable, la Grande Cariçaie, notre patrimoine ou encore nos randonnées pédestres ou à vélo.

### Éléments clés de la campagne :

- Le site web dédié à la campagne a totalisé 118'000 pages vues uniques
- Le concours a généré 42'800 participations
- Le nombre d'impressions des publicités en ligne est de 10'308'500
- Les impressions sur les différents réseaux sociaux sont de 3'673'650
- Les principaux médias utilisés : Freizeit.ch / Loisirs.ch, Watson.ch, NZZ Bellevue, Blick, Trivago, ArcInfo, Le Nouvelliste & La Côte

Il paraît que tu peux  
gagner des vacances dans  
le canton de Fribourg.

Participe maintenant !

**FRIBOURG RÉGION**  
SUISSE - SCHWEIZ - SWITZERLAND



Campagne printemps Blick.ch

## Campagne été Marché Suisse

Du 1er juin au 31 août 2022, Fribourg Région et ses destinations ont investi CHF 500'000.- pour une campagne été avec comme objectif de faire connaître en Suisse alémanique la destination comme lieu de vacances et d'excursions et de placer la destination comme lieu agréable et sympathique pour passer ses vacances en Suisse romande. Cette action a été menée en partenariat notamment avec Suisse Tourisme.

Dans ce cadre, notre destination a pu profiter d'être placée en destination principale pour la campagne Suisse Tourisme avec notamment 2 axes principaux que sont la Grande Cariçaie et le parcours ArtiChoke. Les résultats ont été impressionnants :

Une page dédiée sur le site de Suisse Tourisme et des diffusions de contenus sur les différentes plateformes ont permis de générer 353'370 vues sur la vidéo et plus de 3,5 millions d'impressions ainsi que 30'338 clics sur la plateforme web.

[Secret paradise: Grande Cariçaie. | Switzerland Tourism \(myswitzerland.com\)](#)



Suisse Tourisme campagne été  
Impressions : 1'364'182



Suisse Tourisme campagne été  
Impressions : 558'074



Post Pinterest campagne été



Bannière article Watson.ch campagne été

## Campagne automne Marché Suisse

La campagne automne des régions touristiques du canton a pour objectif de mettre en avant les produits du terroir et les destinations touristiques. Le but est également d'encourager la consommation de produits régionaux labellisés ainsi que de valoriser le savoir-faire des artisans. Le leitmotiv de cette campagne était « Think digital, eat local ».

## 5. L'ŒNOTOURISME À PIED OU À VÉLO

### LE VULLY

Le sentier viticole de Cheyres emmène les promeneurs à la découverte des cépages, tout en offrant une vue imprenable sur le lac de Neuchâtel, depuis sa rive sud. Dans la région du Vully, la beauté du paysage automnal se découvre par de belles randonnées à travers campagnes, vignobles et lacs avec arrêts dégustation de vins et de spécialités locales, bien évidemment!

Plus d'infos



Bons plans site dédié [fribourgregion.ch/automne](http://fribourgregion.ch/automne) campagne automne

## Campagne Allemagne

L'objectif de l'action de communication en Allemagne est de proposer le canton de Fribourg selon différentes thématiques au fil de l'année. On peut citer comme exemple, « De cabane en cabane – Randonnée et plaisir » pour le mois de mars, « Culture & Nature à Fribourg » pour avril, « L'eau appelle! Vacances actives d'été » en mai ou encore « Action, Culture & Nature : Vacances en famille » pour le mois de juin. Ces thématiques sont abordées au cœur de médias spécialisés et grand public comme TREKKING MAGAZIN, SUEDEDEUTSCHE.DE, TRAVELBOOK.



Bannière article Sueddeutschezeitung.de campagne Allemagne

## Campagne France

Les touristes de France voisine ont déjà fait leur retour l'année dernière. Ce marché important pour notre destination a été travaillé avec des marques puissantes (le Figaro, Konbini, Tripadvisor) et engendre des résultats intéressants :

KONBINI

<https://www.youtube.com/watch?v=KF15Nh506lc>

France

4.8 mio d'impressions  
2 mio de vidéos vus



Chaîne Youtube, Konbini, 1.7 mios d'abonnés

## Jura & Trois-Lacs

Fribourg Région, la région de Morat et nous-mêmes collaborons avec Jura & Trois-Lacs dans la cadre d'un mandat de prestations au niveau de la promotion et communication. Cette action nous amène une certaine visibilité, principalement sur leur plateforme web [www.j3l.ch](http://www.j3l.ch) où nos principales attractions, manifestations et activités sont référencées et détaillées. J3L a notamment lancé en 2022 diverses campagnes de promotion visant la clientèle suisse. Durant leur campagne pour lancer l'été (mi-avril-début juin), différentes actions ont été menées sur leurs réseaux sociaux et de nombreuses bannières sur des médias d'importance ont été diffusées notamment blick.ch, 20 Minutes, Watson, NZZ, Allociné (au total plus de 50 sites web).



Homepage [www.j3l.ch](http://www.j3l.ch)

## Vaud Promotion

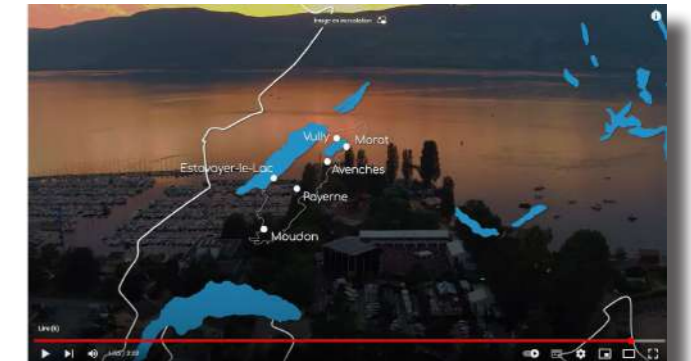
L'entité multisectorielle cantonale de promotion a mené une restructuration de son organisation et de ses collaborations afin d'élaborer une nouvelle stratégie marketing dont les marchés prioritaires sont notamment le Benelux, l'Allemagne, la France, la Suisse, les pays du Golfe, l'Italie, le Royaume Uni ainsi que les USA. Le repositionnement stratégique devrait ainsi voir les efforts de son activité se matérialiser ces prochaines années. A noter que les régions touristiques vaudoises ont fondé l'Association des Directrices - Directeurs des Offices du Tourisme Vaudois dont Estavayer-le-Lac/Payerne et Région fait partie. Cette association aura pour objectif de collaborer avec la structure cantonale pour la promotion touristique.

## Plateforme touristique de la Broye

### Campagne digitale nationale, épisode 2

Après la phase de réalisation et une première diffusion des vidéos thématiques, la plateforme Broye regroupant les offices du tourisme de Moudon, Avenches, Vully-les-Lacs (Morat) et nous-mêmes a relancé la promotion en diffusant à nouveau ces vidéos qualitatives.

L'objectif de ce type de campagne reste identique à savoir contribuer et faire progresser la notoriété de la région et positionner notre destination dans la « to do list » des endroits à visiter auprès de notre cible.



Vidéos promotion Région Broye & Lac de Morat

Globalement, la campagne est réussie, surtout en termes de notoriété sur la Suisse allemande qui était l'objectif principal. Les vidéos ont notamment été publiées sur des sites de grande audience comme 20min.ch, blick.ch, luzernzeitung.ch, bluewin.ch ou encore watson.ch et femina.ch.

Le nombre total de vues est très parlant avec plus de 270'000 vues partielles. Plus de 100'000 personnes ont regardé les vidéos de manière complète, les thématiques préférées des internautes étaient les activités de détente et de loisir au bord du lac mais aussi le patrimoine et l'aspect culturel de la destination. Le budget alloué à cette diffusion était de CHF 17'000.-.

De plus, sous la bannière des offices du tourisme broyards, nous avons participé à une promotion touristique lors de la coupe équestre des nations et le championnat suisse Elite qui se sont déroulés à l'IENA à Avenches.

Ces actions ont été menées en collaboration avec les offices du tourisme et en partenariat avec la COREB.

## Diverses actions menées par l'OTR

L'office du tourisme a également effectué diverses actions particulièrement dans le cadre de la promotion de nos événements et manifestations. Nous avons travaillé notamment avec les différents médias de référence du loisir en Suisse romande, à savoir [loisirs.ch](http://loisirs.ch), [templibre.ch](http://templibre.ch) ou [Terre&Nature](http://Terre&Nature).



loisirs.ch

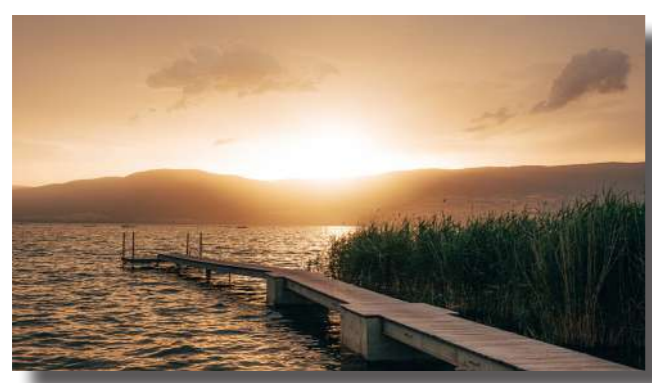


Terre&Nature

# COMMUNICATION

## Visites de presse

Nous avons accueilli et organisé en 2022 une dizaine de voyages de presse, regroupant plus de 20 journalistes ou blogueurs/influenceurs. Cette valeur ajoutée est très conséquente par rapport à nos moyens de communication et de promotion. Les principaux centres d'intérêt de ces médias sont nos offres en collaboration avec la Grande Cariçaie, ArtiChoke ainsi que l'Abbatiale. Les journalistes sont majoritairement venus de Suisse, d'Allemagne et de France. On peut citer notamment comme médias renommés Marie Claire, Coop magazine, Migros magazine, la RTS ou Fémina.



AnciennePlage-Estavayer@themodernleper Thomas Christians-2022

Outre les voyages de presse organisés, notre destination a également profité de l'intérêt de plusieurs médias. Les centres d'intérêts sont évidemment les points forts de l'offre touristique ainsi que les manifestations.



migrosmagazinejuin22



Biketavel

## Brochures

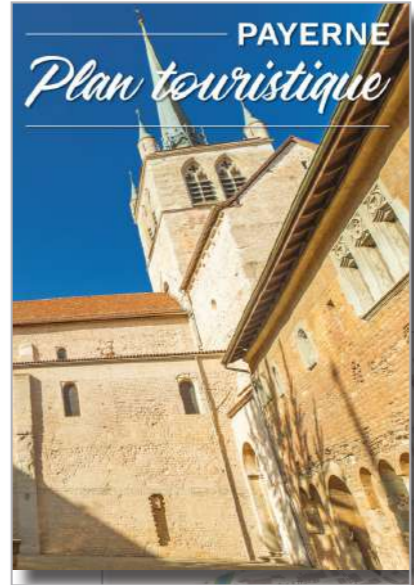
Afin de garantir aux visiteurs la disponibilité de supports d'information pendant leur séjour, cette année trois distributions actives (en avril, en juillet et en septembre 2022) ont été organisées auprès de tous les partenaires touristiques de la région. Plus de 15'000 brochures leur ont été distribuées cette année contre 9'600 en 2021.

Notre **info-guide touristique 2022** fut imprimé à 6'000 exemplaires et distribués dans sa quasi-totalité tout au long de l'année. Le plan de ville d'Estavayer-le-Lac, la carte de la Grande Cariçaie, la Broye pas à pas ainsi que la brochure ArtiChoke durent être réimprimés pour palier à la forte demande les concernant.

Deux nouveautés sont venues étoffer notre panel de brochures :

La création d'un **plan de ville de Payerne**, sous format « pocket », qui propose avec un design moderne l'ensemble de l'offre touristique de la ville à l'instar de celui d'Estavayer-le-Lac.

La refonte de la brochure **« Circuit découverte »** (à l'aide des QR-codes) d'Estavayer-le-Lac, avec de nouveaux visuels et un format plus pratique et attractif.



Freiburg\_und\_Waadtland - Kapitel aus Buch Die ganze Romandie von Eva Hirschi\_K-Tipp-Shop

## Site internet : nouveau site du tourisme fribourgeois

Fin 2021 un nouveau site Internet commun à Fribourg Région et ses 7 organisations touristiques a vu le jour. Son objectif était notamment une augmentation de la visibilité d'Estavayer-le-Lac/Payerne et Région et un meilleur référencement du site web, portés par des régions plus impactantes au niveau de leur marque (La Gruyère par exemple).

L'année 2022 a prouvé que la stratégie choisie a grandement porté ses fruits puisque le nombre de visiteurs annuels de [www.estavayer-payerne.ch](http://www.estavayer-payerne.ch) a atteint un chiffre record en passant de 140'682 à 203'067 soit une augmentation de plus de 62 000 utilisateurs (+44%).

De plus, le référencement des pages du site sur Google (env. 80% des internautes parviennent sur le site web via ce moteur de recherche) s'est très nettement amélioré. En termes techniques, l'autorité de domaine, soit la force d'un site web sur une échelle de 1 à 100 sur Google, est passée de 39 lors de la mise en ligne du site Internet commun à 58 courant 2022. Il en découle que chacune des pages du site web est plus forte et mieux placée/référencée lors de recherches Google.

## Quelques chiffres en bref...

- 89 %** des visites proviennent de Suisse
- 69 %** du trafic provient d'appareils mobiles
- 65 %** des visites proviennent de Google
- 54 %** sont des hommes
- 34 %** ont entre 25 et 34 ans

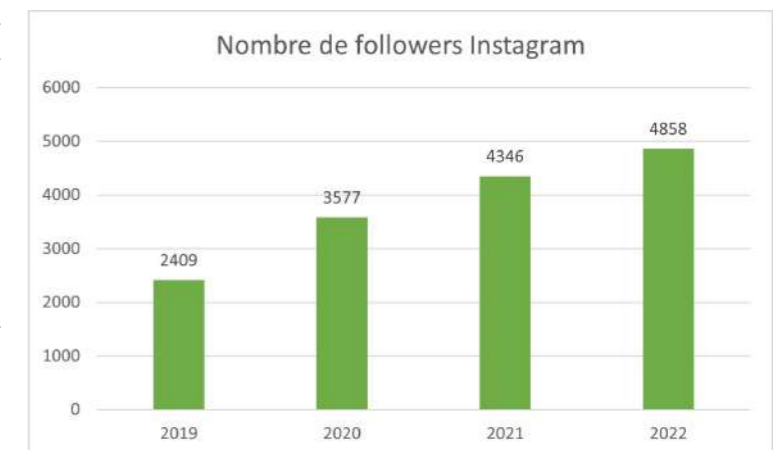
## Réseaux sociaux

La philosophie de nos actions sur les réseaux sociaux est de proposer des contenus de qualité qui mettent en avant les attraits de notre région en cohérence avec les attentes de nos communautés. Nous tenons aussi à promouvoir nos partenaires en partageant et en essayant de diffuser largement les contenus. Nos deux plateformes prioritaires sont Instagram et Facebook.

### Instagram

Notre compte Instagram est toujours suivi majoritairement par des Suisses (86%) suivi par des Français (3%). Les visites d'influenceurs et journalistes venus en 2022 dans la région provenant majoritairement de Suisse et de France, l'objectif de notre activité promotionnelle sur Instagram semble toucher la cible désirée.

Depuis le lancement de notre compte sur ce réseau social en 2018, le nombre de followers ne cesse d'augmenter pour atteindre fin 2022 un nombre de 4'858 soit une augmentation de 11% sur un an (512 followers).



### Les trois photos Instagram les plus aimées en 2022



**Chevroux - 346 j'aime**  
07.01.22 @cailleux25



**Cudrefin - 360 j'aime**  
14.02.22 @les\_photos\_de.lulu



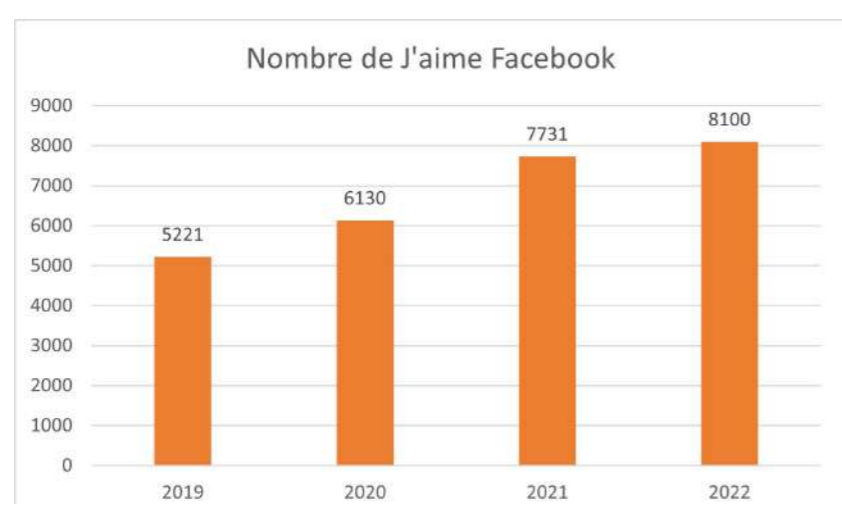
**Chevroux - 406 j'aime**  
30.01.22 @pof.66

# FINANCES

## Facebook

Le nombre d'abonnés Facebook a un peu moins augmenté en 2022 qu'en 2021, il est passé de 7'700 followers à 8'100 (+5%). Ceci s'explique par le fait que moins de campagnes Facebook ont été réalisées mais également par le nouvel algorithme Meta plus exigeant et sélectif.

Le taux d'engagement est de 2%. C'est un bon résultat puisqu'il est estimé qu'un taux de 1% sur une communauté allant jusqu'à 10 000 personnes est très bon dans le domaine.



## Les deux posts Facebook qui ont généré le plus d'interactions avec le public en 2022



Interactions 4'271 - boost CHF 50.-



Interactions 2'560 - boost CHF 50.-

L'introduction de la nouvelle Loi fribourgeoise sur le Tourisme et les accords que notre association a signés avec les sociétés de développement de Cheyres-Châbles et de Portalban Tourisme ont considérablement modifié les produits de l'association. Les taxes de séjour fribourgeoises, ainsi que celles encaissées sur la Commune de Payerne, ont ainsi passé de CHF 206K en 2021 à 416K en 2022.

La répartition de la taxe est la suivante :

- Taxes de séjour locales du périmètre de la SD d'Estavayer (37 %)
- 80% des Taxes de séjour locales du périmètre de la SD de Delley-Gletterens-Portalban (31 %)
- 80% des Taxes de séjour locales du périmètre de la SD de Cheyres-Châbles (15 %)
- Taxes de séjour régionales de la Broye fribourgeoise (14 %)
- Taxes de séjour de la Commune de Payerne (3 %)

Les autres produits de l'association sont restés relativement stables.

En résonance, les charges de l'association ont augmenté de 26 %, la part réservée à la promotion passant de CHF 148K en 2021 à 224K en 2022 (+ 50 %) et celles liée aux manifestations de CHF 75K à 113K (+ 49 %). Les charges d'exploitation se voient augmenter de CHF 74K, montant investi dans l'aménagement du nouvel accueil touristique d'Estavayer-le-Lac.



**Estavayer-le-Lac/Payerne et Région**

Rue de l'Hôtel-de-Ville 5  
1470 Estavayer-le-Lac  
T. +41 (0)26 301 60 30

[tourisme@estavayer-payerne.ch](mailto:tourisme@estavayer-payerne.ch)  
[www.estavayer-payerne.ch](http://www.estavayer-payerne.ch)

 [facebook.com/estavayerpayerne](https://facebook.com/estavayerpayerne)  
 [instagram.com/estavayerpayerne](https://instagram.com/estavayerpayerne)



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

