



Assemblée générale de l'Association touristique (ATB) de la Broye du 6 juin 2024

Lieu : Château de Saint-Aubin

Présents, excusés selon les listes.

Les invités de la presse présents : La Liberté, La Broye, Le Républicain.

Secrétaire : Fabien Mauron (FM), directeur de l'ATB

En introduction, point 1 de l'ordre du jour, Samuel Ménétreay (SM) salue l'ensemble des invités et donne la parole à M. Willimann, Syndic de Saint-Aubin pour le message de bienvenue.

SM remercie notre hôte et a le plaisir d'ouvrir cette assemblée. Il annonce que nous allons commencer par la partie statutaire et ensuite nous aurons le plaisir de partager un apéritif.

2. PV de l'AG du 6 juin 2023

Le PV de l'AG du 06.06.2023 est accepté à l'unanimité par l'AG.

3. Rapport du Président

Après les salutations d'usage, Samuel Ménétreay prend la parole pour évoquer l'année 2023.

Au nom du comité, il a le plaisir d'accueillir les invités dans les murs du magnifique château de Saint-Aubin pour notre assemblée annuelle. Monsieur le Syndic des lieux, nous vous remercions très sincèrement pour l'accueil.

Voici une année maintenant que notre association est née dans le plus grand hôtel de la Broye, au Restoroute de la Rose à Lully. L'année 2023 a été dense et riche pour le tourisme fribourgeois et pour notre destination.

Voici quelques étapes institutionnelles marquantes :

Après l'entrée en vigueur de la loi en 2022, tous les éléments ont été implémentés au 1er janvier 2023, dont la perception de la taxe de séjour sous sa nouvelle forme.

En avril, le nouvel accueil touristique régional a été inauguré avec l'élément central, la fresque représentant l'ensemble de notre belle région touristique. La fresque fait d'ores et déjà partie de l'itinéraire d'ArtiChoke dont nous parlerons plus tard.

En juin notre association a officiellement été constituée. Un moment important ; fédérer l'ensemble des communes dans cette communauté d'intérêt, avec comme objectif unique de développer le secteur économique touristique. Depuis lors le comité et le directeur de l'association posent les bases de d'un futur commun.

En décembre, le la destination a validé sa nouvelle identité visuelle.

Notre destination possède de nombreux atouts. Notre lac bien sûr avec ses ports et ses plages, ses activités nautiques et notamment son télésiège et les bateaux de la LNM.

Notre environnement verdoyant avec nos campagnes préservées ou encore la réserve naturelle de la Grande-Cariçaie, plus grande réserve lacustre de Suisse, qui constituent par exemple un cadre idyllique pour le cyclotourisme, il stipule également le paysage d'importance cantonale entre Cheyres et Font, seul PIC de notre district ;

Nos différents monuments d'importance disséminés sur le territoire avec notamment plusieurs tours historiques comme la tour de Montagny et la tour de la Molière, la cité médiévale d'Estavayer-le-Lac, le village lacustre de Gletterens, l'Abbatiale de Payerne, le musée cantonal de Vallon qui expose la plus grande mosaïque in situ au nord des Alpes, Le site incroyable du château de Font, Les 4 sites ISOS nationaux (Estavayer-le-Lac, Les Arbogues, Vuissens et Bussy) pour lesquels Suisse Tourisme a décidé de lancer une campagne de communication et de développement ;

La multitude d'activités proposées, qu'elles soient culturelles, comme le parcours ArtiChoke, ou sportives à l'instar de nos golfs et du karting ou de détente comme nos innombrables opportunités de randonnées ;

Nos animations et manifestations, de qualité et très nombreuses en haute saison comme l'Estivale Open Air, plus grand festival de musique du canton, Festicheyres, l'Esta-swing ou encore le tout nouveau Slow up de la Broye !

Les hôtes ne s'y trompent pas puisque la région a totalisé plus de 660'000 nuitées en 2023, un chiffre en hausse notamment grâce à l'augmentation de près de 20% des nuitées de passage (près de 130'000 nuitées au total), élément clé du secteur touristique. Mais malgré ces chiffres réjouissants, il y a un réel potentiel de développement. La région manque par exemple cruellement d'hébergements notamment dans le domaine de l'hôtellerie et de l'hébergement de groupe. Ce manque fait que les touristes sont essentiellement des excursionnistes alors que l'offre touristique à expérimenter dans la Broye est assez conséquente pour plusieurs jours, principalement en haute saison. En effet, notre région offre aux visiteurs de tous les horizons une expérience authentique et de qualité tout au long de leur séjour, dans le respect de la nature et des traditions, et à travers le développement d'une mobilité douce.

Conscients des atouts précités mais aussi des enjeux bien présents et en lien avec l'entrée en vigueur de la nouvelle loi fribourgeoise sur le tourisme, texte qui renforce à juste titre fortement les institutions professionnelles telles que les OTR et l'UFT ; la région a décidé de mettre en place une véritable politique touristique qui puisse développer l'attractivité de la destination tant au niveau économique, en générant des retombées directes et indirectes pour les entreprises du secteur qu'au niveau des infrastructures touristiques. Pour un tourisme global, il faut en effet une offre complète : hébergement j'en ai parlé mais aussi gastronomie, loisirs d'extérieur et d'intérieur, offre de transport, tarification adéquate, offre culturelle, accueil, communication, promotion, etc. Relier tous ces éléments est une gageure, tant les centres d'intérêts de chacun peuvent différer. Conjointement à notre Office du tourisme régional, qui s'engage pleinement et quotidiennement dans ces démarches, les communes doivent jouer un rôle de soutien mais surtout de facilitateur, et trouver des solutions afin que, dans notre région que nous savons être un trésor, l'économie du tourisme puisse devenir un socle stable à long terme. A cet effet, le fonds d'équipement touristique cantonal est un outil déterminant pour soutenir l'investissement touristique.

Le grand potentiel dans ce secteur d'activité doit motiver tous les acteurs, qu'ils soient politiques ou privés, à mettre en place des conditions-cadres favorables. Nous avons la chance d'être un pôle touristique reconnu ; utilisons cet avantage ! La Broye n'est peut-être pas encore identifiée comme une destination principale mais elle en est pourtant une. Les 660 000 nuitées en font la région qui dénombre le plus de nuitée dans la région touristique fribourgeoise. Et c'est sans compter Chevroux et Cudrefin.

Le tourisme est un secteur économique. Il le répète : le tourisme est un secteur économique. Une analyse affirme d'ailleurs que près de 20 % des emplois à Estavayer le Lac sont liés au tourisme.

Notre région est un lieu merveilleux, il l'aime et se passionne pour cet endroit et lui souhaite de se développer tout en gardant son caractère... Le tourisme comme nous le concevons, c'est-à-dire un tourisme qui mets en valeur notre cadre de vie permet de produire de la richesse sans dénaturer nos panoramas.

Pays d'eau grâce à la Broye, la petite Glane et le Lac de Neuchâtel, pays de nature grâce à nos forêts, nos marais et notre campagne de champs et de vigne, pays de patrimoine grâce à notre héritage lacustre, néolithique, romain, médiéval et artisanal.

Toute la région peut profiter du tourisme.... Mais pour cela il faut des offres touristiques sur l'ensemble de la région. La Broye regorge de pépites, exploitons le filon ensemble !

4. Rapport d'activités 2023

Fabien Mauron (FM) présente quelques éléments clés du rapport d'activité.

Il commence par rappeler les missions de l'association selon la loi sur le tourisme :

- Conditions cadres et Gouvernance
- Accueil/Information/Service
- Animations/manifestations/produits touristiques
- Communication/promotion

Il présente l'équipe de l'office en charge de l'ensemble du travail au sein du bureau, 6 emplois plein temps au total avec 4 auxiliaires en plus l'été pour l'accueil et l'information notamment mobile.

Il présente également le comité actuel en charge de l'association avec une répartition entre membres politiques et prestataires touristiques :

- M. Samuel Ménétrey, Président, représentant de la commune d'Estavayer

- M. Nicolas Schmid, représentant du secteur « Attractions touristiques »
- M. Cédric Béguin, représentant d'AscoBroye
- M. Bernard Pochon, représentant de la commune de Cheyres-Châbles
- Mme Anne Meyer Loetscher, représentante de la SD d'Estavayer et environs
- M. Frédéric Gross, représentant de Portalban Tourisme
- Mme Catherine Nobbs Balimann, représentante de la SD de Cheyres-Châbles
- M. Bertrand Chardonnens, représentant du secteur «Gastronomie&Hôtellerie »
- Mme Laetitia Brodard, représentante du secteur « Manifestations Evénements »
- M. Nicolas Savoy, représentant de la commune de Gletterens
- M. Philippe Cotting, représentant de la commune de Delley-Portablan

FM précise également l'importance des partenaires marketing de l'ATB que sont Cudrefin/Chevroux/Payerne.

Le directeur enchaîne ensuite avec la partie accueil-information-services

Le nouvel office du tourisme inauguré en avril 2023 a permis une augmentation des contacts au sein de l'office, +25% en moyenne versus 2022, ce qui peut représenter 35 contacts par jour en haute saison. Les retours des visiteurs, clients sont excellents, l'espace vente a aussi permis de vendre plus de 900 articles, plutôt du style des souvenirs.

La patrouille mobile a été créée en 2022, reconduite en 2023 avec toujours plus de succès. L'idée étant d'aller à la rencontre des touristes, de leur proposer des conseils, de l'assistance, et aussi de faire la promotion des activités à faire dans la destination.

Au niveau des manifestations organisées, l'office du tourisme en a organisé 5 en 2023 :

- Enigme de Pâques 2'500 personnes
- Marché Staviacois 3'000 personnes
- Brocante 5'000 personnes
- Itinéraire des crèches - crèche aux 5 sens 60'000 personnes
- Bonhommes de neige en vadrouille 500 familles

3 événements coorganisés

- La Bénichon / Concours de la moutarde 2'000
- Aubade 500

Au total potentiellement plus de 70'000 participants accueillis par ce biais.

L'OT a soutenu également des manifestations touristiques régionales en 2023, 13 au total. Ces soutiens peuvent être en cash et/ou en contre prestations avec notamment la diffusion d'affiches, de flyers dans notre réseau par nos propres services. Nos contre-prestations demandées sont généralement des visibilité promotionnelles (bâches, diffusion de vidéos, mentions de la marque, etc..)

Au niveau des produits touristiques en 2023, ces offres ont permis d'accueillir plus de 1'350 personnes.

- 14 excursions dans la Grande Cariçaie, 210 personnes
- 49 visites guidées - 23 jeux et rallyes, + de 700 personnes
- 200 participants au jeu Humbert le Bâtard et Détective-trail à Payerne
- 270 participants Chasse aux trésors

5 œuvres en + dans l'itinéraire Artichoke, 4 Estavayer-le-Lac et 1 à Cheyres, 24 œuvres au total dans le parcours.

FM présente ensuite la partie Communication/Promotion

Nouvelle identité

Suite à la création de l'association en juin 2023, il a fallu réfléchir à une nouvelle identité de marque qui est : Estavayer-le-Lac Région et qui a vu le jour en février 2024. Cette marque est logique par rapport aux forces touristiques de la région et permettra d'être plus attractif et visible en termes de marketing.

Campagnes marketing

Les campagnes marketing se font en priorité en collaboration avec Fribourg sur les marchés habituels, CH-FR-ALL. Ces collaborations sont essentielles pour la visibilité de la destination. De bons résultats ont été constatés notamment pour la thématique de l'été avec le visuel de la plage de Gletterens diffusé sur Suisse Tourisme.

Des partenariats sont également établis avec Jura3lacs et Vaud Promotion. Concernant J3L cela fait sens bien entendu par rapport à la cohérence de la thématique lac et Vaud Promotion par rapport à nos partenaires marketing VD que sont Payerne, Cudrefin, Chevroux.

Estavayer-le-Lac Région effectue également des campagnes en son nom. En 2023, une promotion portant sur les activités de Payerne a été faite sur loisirs.ch/freizeit.ch. L'office diffuse également des clips régionaux sur différents supports comme les écrans de grandes manifestations, sur des sponsoring on-line ou des campagnes médias digitaux.

Communication

Visites de presse +80%, journalistes +200% grâce notamment à l'itinéraire des crèches. C'est un record, ceci est bien entendu lié à la présence de la crèche au 5 sens. De grands médias ont couvert la manifestation comme la RTSI, Coop Zeitung ou l'ATS.

A l'année, les principaux centres d'intérêt des médias sont la Grande Carigaie, Artichoke, les activités lacustres, le village lacustre.

Site internet :

Baisse de 9% des sessions sur le site dû principalement au changement entre fribourg.ch et fribourgregion.ch. La croissance 2024 est déjà plus intéressante.

Communauté réseaux sociaux de 13'000 followers (+7% FB, +12% Insta par rapport à 2022). FM souligne l'importance d'avoir des communautés qui sont intéressées par ce que l'on publie versus d'énorme communauté passive devant le contenu publié.

Brochures :

L'office du tourisme produit plus de 10 brochures différentes (diffusion environ 15'000). Les thématiques abordées sont les infos générales, les plans de ville et circuits découverte (Payerne et Estavayer-le-Lac), le cyclotourisme, les randonnées, le patrimoine, Artichoke, etc..

Tout ceci conduit à quelques chiffres. En globalité, les nuitées de la région versus 2022 :

- Hôtellerie + 7,8 % / 43'536 nuitées
- Campings + 15% / 43'688 nuitées
- Chambres d'hôtes - 12% / 22'719 nuitées - diminution par rapport à quelques établissements en moins dans la région
- Hébergements collectifs -12,5% / 8'621 nuitées - diminution par rapport à l'estimation des enfants qui ne sont plus compris dans la taxe de séjours 2023 étant donné qu'ils sont gratuits dans le canton de Fribourg dès 2023.

Total : 123'409 nuitées de passage en 2023 (1,3%)

Au niveau de la fréquentation de certains lieux de visites/activités 2022-2023

Principales attractions en 2023 :

- Centre BirdLife La Saugue - 15'048 visiteurs
- Village Lacustre - 13'849 visiteurs
- L'Abbatiale - 11'982 visiteurs
- Le Musée Clin d'ailes - 11'482 visiteurs
- Le Musée d'Estavayer - 7'205 visiteurs
- Le Musée Vallon - 3'894 visiteurs

FM commente qu'il s'agit de très bons chiffres pour 2023 avec de belles augmentations notamment au Village Lacustre, au Musée d'Estavayer et au skilift. L'Abbatiale et le Musée Clin d'Ailes étant stables.

Au niveau du loisir, on a pu recenser les chiffres assez impressionnants ci-dessous.

- Cable ski - 16'800 participants
- Payerneland - 200'000 participants
- Piscine de Payerne - 75'000 nageurs

FM termine son rapport en remerciant l'équipe de l'office du tourisme, le comité, et surtout les prestataires et partenaires pour le dynamisme apporté à la région.

SM remercie le directeur pour son rapport et ouvre les questions. Ce n'est pas le cas, la parole n'est pas demandée.

5. Présentation des comptes 2023

FM donne quelques informations par rapport aux comptes 2023 :

Augmentation de produits :

- + 12k de Suisse Tourisme (reliquat COVID, note de crédit de la part de ST)
- + 5k sur les produits touristiques et manifestations (augmentation du CA)
- Taxes de séjour montant net et brut (brut CHF 607'000 net CHF

Les contributions communales représentent environ 20% du budget en 2023, 30% en 2024 du fait du soutien effectif d'Ascobroye. Il est à souligné l'importance des revenus liés à la taxe de séjour et des revenus commerciaux de l'association.

Diminution de charges :

- 8k support informatique et bureautique, coût budgétisé par rapport au nouvel office, des économies ont peut être constatées

Encaissement de la Taxe de séjour :

Encaissement : CHF 607'584.- dont Payerne CHF 11'201,40

Redistributions :

- Cheyres-Châbles CHF 24'243.-
- Portalban Tourisme CHF 51'512.-

Les comptes font état d'un bénéfice de CHF 5'261,66 après la création d'une réserve en vue du fonds de développement des infrastructures : CHF 40'000.-.

Nicolas Schmidt demande dans les comptes marketing, sur les CHF 200'000 utilisés, qu'elle est la part du budget qu'il reste après avoir financé les partenaires que sont Fribourg et Jura3 lacs.

FM répond qu'il reste environ CHF 50 à 60'000.- à disposition et que ce budget comprend également la production, la diffusion des brochures et aussi les coûts liés aux outils de communication comme les réseaux sociaux ou l'accueil des visites de presse. Au final il reste environ CHF 10'000.- pour des actions marketing effectuées directement par Estavayer-le-Lac région.

6. Adoption des comptes et du rapport d'activités 2023

M Stegmann, Fiduciaire Almis, remercie Chantal Volery pour la tenue des comptes. Il procède à la lecture de son rapport :

En date du 18 mars 2024, nous avons contrôlé les comptes annuels de l'Association Touristique de la Broye, bilan, compte de résultat et annexes, pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2023.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe à l'association alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Notre contrôle a été effectué de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Ce contrôle englobe principalement des audits, des opérations de contrôles analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

SM demande si l'AG a des questions supplémentaires, ce n'est pas le cas, on peut procéder au vote.

SM procède aux votes sur l'approbation du rapport d'activités 2023 et comptes 2023 avec décharge aux organes. 79 voix distribuées, majorité absolue à 40 voix.

Le rapport 2023 et les comptes 2023 sont acceptés à l'unanimité des votants.

Samuel Ménétrety remercie l'AG pour sa confiance.

7. Activités phares 2024

FM présente quelques activités phares de 2024, période qui est déjà bien avancée :

- Les animations/événements

Les animations et événements sont un point central de nos activités. Suite à l'événement des crèches, l'OT réfléchit à créer un événement régional autour de la thématique. Un travail de diplôme est en cours dans ce sens.

- L'implémentation de la nouvelle marque

Après la communication de la nouvelle identité, il faut l'implémenter petit-à-petit dans les supports institutionnels et promotionnels de l'office.

- Le déploiement d'une stratégie digitale plus active et pointue

Les ressources ont été adaptées par au marketing digital, c'est un objectif de renforcer nos promotions et notre efficience de manière globale dans ce domaine.

- Augmenter les revenus commerciaux de l'Association

Il est important d'avoir les rentrées commerciales nécessaires au bon fonctionnement de l'ATB et bien entendu de pouvoir les optimiser et développer.

- Créer un fonds de développement d'infrastructures touristiques

Essentiel et vital pour la région, il faut aller de l'avant avec ce plan.

- Renforcer les partenariats marketing

Le mandat de prestations est actuel avec Payerne (2023), il est souhaité de consolider nos collaborations avec Cudrefin, Chevroux.

- Implémenter comptabilité centralisée avec l'UFT

L'ATB a opté pour une comptabilité centralisée avec l'Union fribourgeoise du tourisme, il est nécessaire maintenant de l'implémenter, de réorganiser tout le secteur et pouvoir ensuite diminuer la partie de charge administrative globale.

- Réflexion sur un règlement de soutien pour les manifestations touristiques

Au vue de la loi sur le tourisme, il sera également nécessaire de revoir la politique de soutien des manifestations de l'ATB avec des critères touristiques objectifs.

8. Présentation projet 2024 Plan régional tourisme

SM explique pourquoi un plan est un action stratégique d'importance.

Le tourisme ne fait pas partie du plan directeur régional et il est clair que la région souffre d'un manque d'infrastructures touristiques clés. De plus, il est important d'obtenir une vision complète des équipements touristiques actuels et être à l'écoute des souhaits des partenaires en termes de développement de l'offre. Cette enquête pourra aussi faire connaître les possibilités de recevoir (emplacements) de l'infrastructure touristique. Cette destination a certainement des endroits à disposition, il faut les utiliser.

SM apporte des explications comme les bénéfices escomptés pour la région à la suite de la création du plan :

- Développement et structuration d'une offre touristique régionale coordonnée
- Possibilité de soutien financier aux communes et aux prestataires qui portent des projets touristiques
- Attractivité de la région accrue et renforcement des retombées économiques liées au tourisme
- Nouveau flux de visiteurs escompté
- Invitation à la création de nouvelles infrastructures touristiques privées
- Préservation de la qualité et du cadre de vie, lien avec la population locale

Le président annonce ensuite les étapes de réalisation avec l'enquête auprès des communes du district de la Broye et de nos partenaires Cudrefin, Chevroux et Payerne qui est en cours, suivra l'analyse et la cartographie des résultats. Un point essentiel sera la mise en place d'un atelier participatif avec communes et prestataires touristiques.

FM rajoute que l'outil de mise en œuvre sera de créer un fonds au sein de l'ATB permettant d'aider au financement de projets d'infrastructures touristiques à l'échelle régionale. Le fonds muni d'un règlement sera alimenté annuellement d'une partie des encaissements de la taxe de séjours et de sources de financements de tiers.

Enfin, il projette l'échéancier :

- 19 avril 2024 : Envoi sondage communes

- 06 juin 2024 : Présentation AG
- 15-30 juin 2024 : Retour des communes
- Juillet-Août 2024 : Cartographie des retours
- Mi-septembre 2024 : Discussion au sein du comité de l'ATB
- Octobre 2024 : Atelier participatif avec les partenaires
- Novembre-Décembre 2024 : Rendu final
- Décembre – mars 2025 : Validation du règlement + financement
- Juin 2025 : Présentation en AG du fonds et lancement

M. Baudraz, directeur de l'Association de la Grande Caricaie demande si ce fond est lié à une stratégie et s'il prend en compte la stratégie effectuée par MB consulting et mandatée par la COREB en 2021 ?

SM avance que le plan n'est pour l'heure pas une question de stratégie mais d'un inventaire concret de l'offre touristique afin de pouvoir ensuite prioriser des infrastructures et des produits en phase avec le positionnement de la région. FM complète en stipulant que la stratégie de la COREB fait partie intégrante des discussions et des décisions prises par l'office du tourisme et le comité.

Angelica Weiss, guide pour Estavayer-le-Lac Région, précise qu'il est important de ne pas oublier les paysans dans ces démarches notamment au sein des commissions ou comités car ils représentent aussi le tourisme et le patrimoine de la région.

SM ajoute que nous ne sommes pas encore dans cette phase du projet, que nous sommes en phase d'inventaire et qu'ensuite le règlement et le comité seront établis. Nous sommes dans l'illustration des infrastructures touristiques de notre destination.

9. Divers

Il n'y a pas de divers et l'AG est donc close à 11h30.

Pour le PV,

Fabien Mauron

Directeur Association Touristique de la Broye