



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

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

# Estavayer-le-Lac/ Payerne Tourisme

Rapport d'activité 2014

[www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch)  
[www.regionduleman.ch](http://www.regionduleman.ch)  
[www.juratroislacs.ch](http://www.juratroislacs.ch)



# Sommaire

Bilan 2014	p. 3
Missions et stratégie	p. 4
Accueil et information	p. 6
Hébergement	p. 8
Produits touristiques	p. 10
Transports touristiques	p. 13
Animations	p. 14
Marketing et promotion	p. 15
Comptes 2014	p. 22
Comité et personnel	p. 22

# Bilan 2014

## 2014 une année haute en couleur

La région d'Estavayer-le-Lac/Payerne n'a cessé de progresser depuis 2011. Alors que nous pouvions nous attendre à une année exceptionnelle en terme de nuitées grâce au show aérien Air14, les mauvaises conditions météorologiques du début de l'été ont amoindri nos espérances. C'est ainsi que nous observons une infime augmentation de 518 nuitées sur l'ensemble de la destination correspondant à une stabilité proche du 0 %.

Les résultats positifs et encourageants du secteur hôtelier (+1%), des chambres d'hôtes (+10%), des campings (+1%) et des hébergements collectifs (+1%) ont été atténués par une diminution auprès des chalets et appartements (-1%) et des bateaux (-2%).

Toutefois, hors de question de se reposer sur ces résultats attestant des efforts perpétuellement entrepris en terme de promotion et d'amélioration de l'accueil des hôtes. Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme ainsi que les partenaires et les prestataires touristiques de la région se doivent de maintenir voire d'accroître leurs efforts afin que notre destination demeure attrayante, accueillante et accessible, ceci d'autant plus aux vues du renchérissement du franc...

## Air14

Au-delà de la réussite de cet événement, les noms de Payerne et de notre région furent associés à ce show aérien exceptionnel au rayonnement national et international. En plus d'un impact médiatique incontesté en Suisse et dans divers pays, notre office du tourisme, en collaboration avec la Communauté Régionale de la Broye, Avenches Tourisme, Moudon et Région Tourisme, l'Association Régionale du Lac de Morat, l'Union fribourgeoise du Tourisme, l'Office du Tourisme Vaudois, et Suisse Tourisme, a saisi cette opportunité pour présenter l'offre régionale aux visiteurs. Un stand a été conçu pour l'occasion s'articulant en trois parties : une tyrolienne pour attirer les visiteurs, une zone de détente et un espace de promotion présentant les thématiques fortes de la région sur la base de grands visuels.

Une plateforme de réservation en ligne intégrant toutes les offres des cantons de Vaud et Fribourg a été mise sur pied par les offices du tourisme. Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme a également créé une plateforme

pour coordonner l'hébergement chez l'habitant dont « Gratuité, échange et accueil » en composèrent les principes de base.

## Circuit historique QR-codes à Payerne

Le patrimoine historique de nos villes constitue un atout majeur pour notre destination. Dans la continuité du parcours interactif mis en place en 2013 à Estavayer-le-Lac, un circuit historique présentant les hauts lieux de la ville de Payerne a été inauguré en juillet 2014. Celui-ci propose 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 et joué par l'organiste de la paroisse pour l'occasion. D'une manière ludique, cela offre aux visiteurs des anecdotes et autres compléments d'information relatifs au lieu où il se trouve. Un dépliant présentant les circuits d'Estavayer-le-Lac et de Payerne a été créé pour compléter ce projet, exposant une introduction historique de chacune des villes ainsi que des cartes des parcours suggérés.

## Vendanges Précoces

Au printemps, l'office du tourisme a soutenu et participé à la mise sur pied d'un événement original majeur valorisant le patrimoine bâti et gastronomique de la ville de Payerne. Un spectacle mis en scène par Jean-Luc Barbezat s'est déroulé durant un mois dans le centre historique de Payerne. Alliant humour et poésie, les quelques 4'000 spectateurs ont découvert les lieux en suivant un procès du saucisson, les bienfaits du vin ou encore un piano suspendu au cœur de l'Abbatiale.

## Déménagement de l'Office du Tourisme

En fin d'année 2014, l'office du tourisme a pris possession de nouveaux locaux pour le bureau de Payerne. Installé désormais dans le bâtiment du café du marché, l'office du tourisme gagne en visibilité. Une partie café tenue par l'Eglise protestante partage les locaux, valorise ainsi les produits du terroir et revêt une dimension spirituelle en lien avec l'Abbatiale. Se situant également à proximité de la cave de Payerne et de son nouveau local de dégustation, cela crée un centre historico-gastro-culturel.



# Missions & Stratégie

Nous souhaitons rappeler ici les missions, la vision ainsi que les valeurs d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, redéfinies suite au travail stratégique effectué en 2013 et encadré sur mandat par la Haute Ecole de Gestion & Tourisme de Sierre dans l'objectif d'un développement harmonieux du tourisme au sein de la destination.

## Nos missions :

**Accueil et Information:** 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, 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 nos paysages.

# Missions & Stratégie

## 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

## Statistiques

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

En 2014, nous avons intégré le projet de l'Observatoire du tourisme auquel travaille l'Union fribourgeoise du tourisme. La manière de prendre les statistiques lorsque nous accueillons des visiteurs a donc évolué, avec l'objectif d'obtenir des données toujours plus précises et comparables entre elles au fil des ans et entre les destinations.

Ce projet ayant débuté en cours d'année, et quelques mises au point ayant été nécessaires durant sa mise en place, ceci explique que nous n'avons pas, pour 2014, une base statistique au niveau de l'accueil à nos bureaux qui soit suffisamment complète pour établir des déductions précises.

Nous sommes tout de même en mesure de constater, pour nos deux bureaux, un nombre accru de visiteurs durant la période estivale.

Nous pouvons également relever une proportion plus importante de visiteurs locaux, suivi des romands, suisse-allemands, français, allemands et italiens. A noter encore que d'avril à septembre, la clientèle est en majorité touristique alors qu'en dehors de cette période, la clientèle est essentiellement locale en raison de l'activité de billetterie et de service à la population de l'office du tourisme.

## Déménagement Payerne

En fin d'année 2014, l'office du tourisme a pris possession de nouveaux locaux pour le bureau de Payerne. Installé désormais dans le bâtiment du café du marché, l'office du tourisme gagne en visibilité. Une partie café tenue par l'Eglise protestante partage les locaux, valorise ainsi les produits du terroir et revêt une dimension spirituelle en lien avec l'Abbatiale. Se situant également à proximité de la cave de Payerne et de son nouveau local de dégustation, cela crée un centre historico-gastro-culturel.



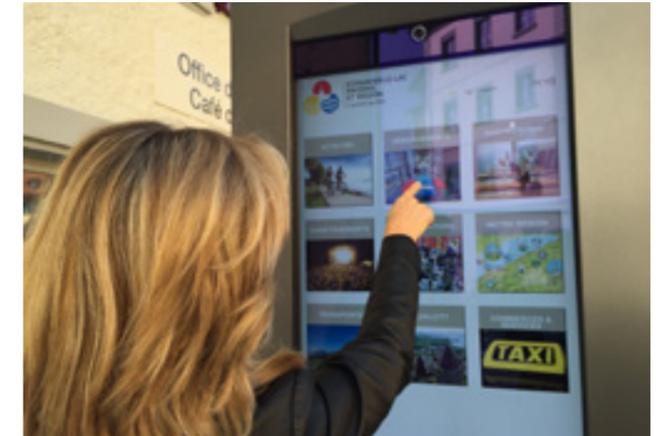
# Accueil & Information

## Panneaux de bienvenue et bornes interactives

Comment créer une ambiance qui permette au visiteur de percevoir des émotions positives ? Comment mieux faire ressortir l'offre existante ? Depuis deux ans, nous travaillons à l'amélioration de l'accueil de nos hôtes. C'est en réponse à ces questions que deux projets ont vu le jour en 2014.

Durant l'été, juste avant le show aérien Air14, nous avons installé de nouveaux panneaux de bienvenue aux entrées de ville principales à Estavayer-le-Lac et à Payerne.

Des bornes interactives ont été installées à la place des Bastians à Estavayer-le-Lac ainsi qu'à la place du Marché et à la gare de Payerne. Ces bornes tactiles, qui se présentent comme un smartphone géant, offrent aux visiteurs et à la population un accès à l'information touristique 24h/24, 7j/7. Le contenu de ces bornes, puisé depuis le site internet de l'office du tourisme, est évolutif. Des images panoramiques 360° sont également accessibles depuis la borne afin de se faire une idée de la situation de la ville et de la région.



# Hébergement

## Statistiques

Les nuitées sont stables en 2014 et se rapproche du 0% avec une augmentation de 518 nuitées sur l'ensemble de la destination. Alors que nous pouvions nous attendre à une année exceptionnelle en terme de nuitées grâce au show aérien Air14, les mauvaises conditions météorologiques du début de l'été ont amoindri nos espérances. 454'836 nuitées ont été enregistrées contre 454'308 en 2013, 460'492 en 2012 et 449'748 en 2011.

Une légère baisse est observée auprès des bateaux (-2%) ainsi que dans les chalets et appartements (-1%). Ces secteurs ont souffert essentiellement des mauvaises conditions météorologiques d'une partie de la saison.

Faits réjouissants, nous observons une augmentation des nuitées dans l'hôtellerie (+1%), les chambres d'hôtes (+10%), ainsi que pour les campings (+1%) et les hébergements collectifs (+1%). Ceci conforte les efforts entrepris par l'Office du Tourisme dans la valorisation de l'hébergement dont l'hôtellerie, les campings et les logements chez l'habitant. En effet, depuis 2011, le secteur hôtelier a ainsi connu une progression de plus de 20%, et le secteur des chambres hôtes de plus de 15%.

Poursuivant l'élan observé en 2013, il est à relever l'excellent résultat des chambres d'hôtes en constante progression. Les nuitées hôtelières d'Estavayer-le-Lac ont une légère baisse de 1% (-374 nuitées) et les hôtels de Payerne se réjouissent d'avoir une augmentation de 15% (+745 nuitées).

Nuitées hôtelières	2011	2012	2013	2014	Evolution
Estavayer-le-Lac et Région	26'302	34'325	35'378	35'004	-1%
Estavayer-le-Lac	22'924	30'093	29'868	29'652	-1%
Delley-Portalban*	-	-	-	-	-
Montagny*	-	-	-	-	-
Cugy*	-	-	-	-	-
Payerne	4'922	4'232	4'220	4'965	15%
<b>Total</b>	<b>31'224</b>	<b>38'557</b>	<b>39'598</b>	<b>39'969</b>	<b>1%</b>

\* Chiffres non publiables pour les localités qui ont moins de trois établissements en exploitation (selon la législation fédérale sur la protection des données)

L'office du tourisme continuera à développer des produits valorisant l'hôtellerie régionale et poursuivra ses efforts de promotion dans le but de valoriser les nuitées chez l'habitant. Les démarches entreprises en 2012 pour la classification systématique des offres d'hébergements chez l'habitant référencés dans nos supports vont dans le sens de la qualité et de la professionnalisation de l'accueil.

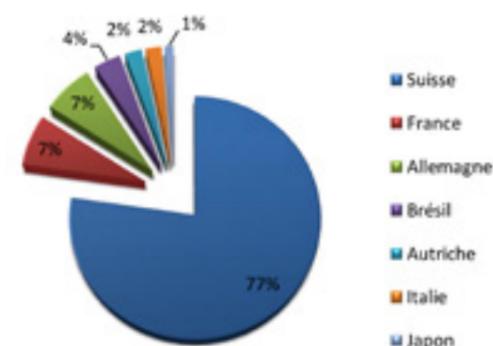
Notre destination se démarque par une forte proportion de séjours « résidentiels », soit des nuitées effectuées par des propriétaires dans leur résidence secondaire, bateau ou encore mobilhome. Ce type de tourisme est très nettement majoritaire pour notre région et est peu impacté par les actions de promotion touristique. En 2014, nous observons une stabilité des nuitées « visiteurs » et « résidentielles ». En 2014, dans le même ordre de grandeur que pour les années précédentes, 20% des nuitées sont effectuées par des touristes de passage.

Il est à relever que ces données statistiques se basent sur les taxes de séjour. Elles varient des statistiques éditées par l'OFS qui font actuellement l'objet d'ajustements. Ces indicateurs, bien qu'intéressants, ne permettent pas toujours de mesurer finement la fréquentation touristique d'une destination. Seule la mise sur pied d'un observatoire du tourisme à l'échelle des cantons et régions touristiques permettrait d'obtenir des outils de mesure efficace.

Variation des nuitées	2011	2012	2013	2014	Evolution 2013-2014
Hôtels	31'224	38'557	39'598	39'969	1%
Camping	161'810	163'227	157'878	160'091	1%
Bateau	60'828	66'685	68'845	67'368	-2%
Chalets & appartements	175'399	173'837	170'126	168'766	-1%
Chambres d'hôtes	4'288	4'723	5'079	5'658	10%
Hébergement collectifs	12'580	13'708	12'792	12'984	1%
<b>Total</b>	<b>446'129</b>	<b>460'737</b>	<b>454'318</b>	<b>454'836</b>	<b>0%</b>

## Plateforme Air14

En plus d'une plateforme de réservation en ligne intégrant toutes les offres des cantons de Vaud et Fribourg qui a été mise sur pied par les offices du tourisme à l'occasion d'Air14. Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme a également créé une plateforme pour coordonner l'hébergement chez l'habitant dont « Gratuité, échange et accueil » en composèrent la base. Cette plateforme n'allait pas pouvoir combler le manque d'hébergement de notre région mais a contribué à l'accueil du visiteur. C'est ainsi que près de 40 groupes de personnes ont trouvé un logement durant Air14. La plateforme [www.goodnight-estavayer-payerne.ch](http://www.goodnight-estavayer-payerne.ch) a été visitée à 6'225 reprises. Sur les 22'686 pages lues, 15'852 l'ont été par des suisses, 1'410 par des français, 1'385 par des allemands, 731 par des brésiliens, 470 par des autrichiens, 428 par des italiens et 237 par des japonais.



## Guide d'information pratique pour ouvrir une chambre d'hôtes

Rappelons que pour soutenir et encourager l'ouverture de chambres d'hôtes, l'Office du tourisme a édité, en 2013, un guide pratique à destination des propriétaires intéressés par l'accueil touristique. Le guide fournit des pistes et des conseils pour avancer dans un projet mais aussi pour étudier les conditions de rentabilité financière, les motivations et les implications en terme de temps et de disponibilité. Cette brochure peut être obtenue gratuitement à l'Office du tourisme ou sur notre site internet.

## Plateforme de réservation en ligne

En 2014, l'Office du tourisme a poursuivi son travail de mise en ligne des offres d'hébergement sur le système de réservation online Tomas (Touristic Online Management System). Désormais en plus des établissements hôteliers et parahôteliers, les campings de notre destination figurent également sur Tomas, offrant la possibilité au prestataire de gérer ses contingents. Les hébergements de notre destination qui ont mis des contingents en ligne sont réservables depuis plusieurs plateformes internet et ont ainsi renforcé considérablement leur visibilité.

Les réservations en ligne peuvent évidemment se faire depuis le site internet d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme ([www.estavayer-payerne.ch](http://www.estavayer-payerne.ch)) mais également via les plateformes des régions touristiques et des destinations avec lesquelles nous collaborons : le site de Fribourg Région ([www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch)) et les sites des OT fribourgeois rattachés, le site de l'OTV ([www.region-du-leman.ch](http://www.region-du-leman.ch)), le site de Jura&3lacs ([www.juratroislacs.ch](http://www.juratroislacs.ch)) et le site booking.com ([www.booking.com](http://www.booking.com)), qui de part sa notoriété, génère un volume de réservations importants.

Des augmentations considérables sont à relever pour l'année 2014. En effet, en 2014, 4'451 nuitées ont été réservées via Tomas (contre 2'642 en 2013 et 2'203 en 2012) pour un chiffre d'affaire de CHF 293'796.- (contre CHF 174'445.- en 2013 et 163'721.- en 2012), tous établissements confondus.



# Produits touristiques

## Forfaits touristiques

La vente de nos forfaits touristiques est stable en 2014. Au total 24 forfaits ont été commercialisés contre 27 en 2013 et 16 en 2012. Nous avons le plaisir de constater que l'offre « Séjour Romantique », proposant une croisière avec la LNM avec repas à bord et nuitée à Estavayer-le-Lac a bien fonctionné à nouveau avec 22 forfaits vendus (22 en 2013 également), L'offre du Séjour Romantique sera reconduite en 2015 avec quelques modifications.

2 forfaits de l'offre « Lac'Aventure » ont été vendus en 2014 contre 4 en 2013. Cette offre est abandonnée en 2015 et remplacée par un forfait « Fun & Relax » en collaboration avec Alphasurf. Cette offre invitera les visiteurs à dormir à Estavayer-le-Lac et à profiter de la panoplie d'activités proposée par Alphasurf avec une fondue au bord de l'eau à la clé.

Une offre « Culture & Terroir » a été créée pour la saison 2015 proposant un séjour à Payerne à la découverte du centre historique et de l'Abbatiale tout en profitant de déguster une assiette du terroir au Café du Marché.

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 Calèches Nature & Saveurs

Les excursions en Calèches Nature&Saveurs ont connu une légère régression en 2014 avec 10 sorties pour un total de 9 attelages et 68 participants. Nous avons eu 13 sorties en 2013 contre 17 sorties en 2012 et 12 en 2011. Ce résultat n'est pas alarmant, nous constatons que les exercices peuvent être facilement influencés selon la taille de groupe et la météo, cette dernière n'ayant pas été favorable en 2014. Les groupes ayant profité de cette offre en 2014 viennent des régions de Fribourg, Vaud, Neuchâtel, Soleure et St-Gall.

Des balades en calèches ont été proposées durant la manifestation « la Ferme en Ville » à Estavayer-le-Lac ainsi que durant « la Fête de la Nature » à Champ-Pittet. Plusieurs dizaines de personnes ont profité de cette balade à prix réduit qui avaient pour but de promouvoir le produit complet.

## Visites guidées et jeux

Nous observons une stabilité des visites guidées à Estavayer-le-Lac. Bien qu'il y ait une très légère diminution du nombre de visites organisées, à savoir 33 visites en 2014 contre 36 en 2013, le nombre de participants se portent à 601 en 2014 contre 506 en 2013.

Il est intéressant de constater une proportion de visites germanophones plus importante que ces dernières années, à savoir 40% de visites en allemand (14% en 2013) et 60% de visites en français (75% en 2013).

Les jeux à destination des groupes d'enfants ont eu un joli succès en 2014. Nous sommes passés de 36 jeux en 2012 à 64 jeux en 2013 et 90 en 2014, soit une augmentation de 250% en 3 ans ! Près de 2000 enfants ont eu le plaisir de découvrir Estavayer-le-Lac par ce biais contre 1371 en 2013. Rappelons qu'un nouveau 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. Ceci n'explique toutefois qu'une partie de l'augmentation, tous les jeux ayant été plus fréquentés que lors des deux années précédentes.

Les visites guidées de l'Abbatiale et du centre historique de Payerne organisées par l'office du tourisme sont également stables avec 2 visites en 2014 (2 visites en 2013). Parallèlement à la visite du centre historique, 41 visites guidées de l'Abbatiale ont été agendées en 2014 contre 48 en 2013. Au total près de 700 personnes ont profité d'une visite commentée de ce haut lieu historique. A noter que 700 personnes ont également visité l'Abbatiale dans le cadre de visites de groupes libres.

## Circuit QR-codes à Estavayer-le-Lac et Payerne

Dans la continuité du parcours interactif mis en place en 2013 à Estavayer-le-Lac, un circuit historique présentant les hauts lieux de la ville de Payerne a été inauguré en juillet 2014. Ces parcours 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, cela offre aux visiteurs des anecdotes et autres compléments d'information relatifs au lieu où il se trouve.

Un dépliant présentant les circuits d'Estavayer-le-Lac et de Payerne a été créé pour compléter ce projet, 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 717 visiteurs/utilisateurs différents pour plus de 4'000 pages téléchargées. En 2014, les visites ont été plus nombreuses sur les mois d'avril, juillet et août. Les visiteurs ayant profité de cette offre viennent principalement de Suisse, mais également des Etats-Unis, Allemagne, Israël, France et divers pays dont le Japon, l'Italie, la Chine et l'Angleterre.



## TOP 10 des téléchargements audios



# Transports touristiques

## Petit Train d'Estavayer-le-Lac

Les statistiques de fréquentation du Petit Train d'Estavayer-le-Lac montrent une légère baisse, toute relative. Au total 4'619 tickets individuels ont été vendus en 2014 contre 5'097 en 2013. Nous constatons une augmentation de ventes de tickets adultes et une diminution des ventes de tickets enfants.

La fréquentation du Petit Train durant l'itinéraire des crèches est en légère augmentation avec 649 passagers en 2014 contre 635 en 2013. Il est intéressant de constater qu'il s'agit du meilleur rapport « nombre de passagers par heure » depuis la participation du Petit train dans le cadre de cette manifestation. En effet, la fréquentation a été de 15.5 passagers par heure en 2014, contre 11.5 en 2013 et 14.5 en 2012 (2012 ayant connu la fréquentation record du nombre de passager, à savoir 919).

## PubliBike - réseau Les Lacs

Notre destination s'est dotée de cinq stations grâce à l'investissement des communes de Cheyres, d'Estavayer-le-Lac et de Payerne.

Le réseau «Les Lacs» offrent aux visiteurs la possibilité de découvrir notre région, en lien avec les villes de Morat, Avenches et Romont. Les ventes de cartes journalières indiquent une utilisation touristique marquée avec un pic de fréquentation durant l'été. Près de 350 cartes journalières ont été vendues à nos guichets touristiques.

## Navigation

La Société de navigation des lacs de Neuchâtel et Morat (LNM) qui dessert, dans notre destination, les débarcadères d'Estavayer-le-Lac, Portalban et Chevroux a connu une année en légère baisse.

En raison de la météo défavorable d'une partie de la saison, les débarcadères de notre région ont ainsi vu leur fréquentation diminuer de 15%. A noter que Chevroux se distingue par une augmentation de 29%. Ainsi en 2014, 16'809 passagers ont débarqué ou embarqué à Estavayer-le-Lac (contre 22'923 en 2013), 15'872 à Portalban (contre 16'363 en 2013) et 1'355 à Chevroux (contre 1043 en 2013).

Malgré cette année plus difficile, Estavayer-le-Lac, puis Portalban, arrivent toujours dans le peloton de tête parmi les stations de la LNM les plus fréquentées, après Neuchâtel, Morat et Bienne.



calèche ©Estavayer-payerne.ch



Trivapor 2014©trivapor



Petit train©estavayer-payerne Tourisme

# Animations

Les manifestations sont une activité importante pour l'office du tourisme. L'office du tourisme concentre son engagement sur les manifestations qui génèrent de la valeur ajoutée au sens touristique, c'est-à-dire qui génèrent des nuitées, s'adressent à un public extrarégional, ont un impact médiatique et/ou mettent en valeur le patrimoine.

L'office du tourisme soutient financièrement et engage des ressources en fonction de ces critères.

Les manifestations organisées ou soutenues par l'office du tourisme doivent également être en adéquation avec la stratégie et le positionnement touristique de la destination.

En 2014, l'office du tourisme a organisé ou soutenu de manière importante les manifestations suivantes :

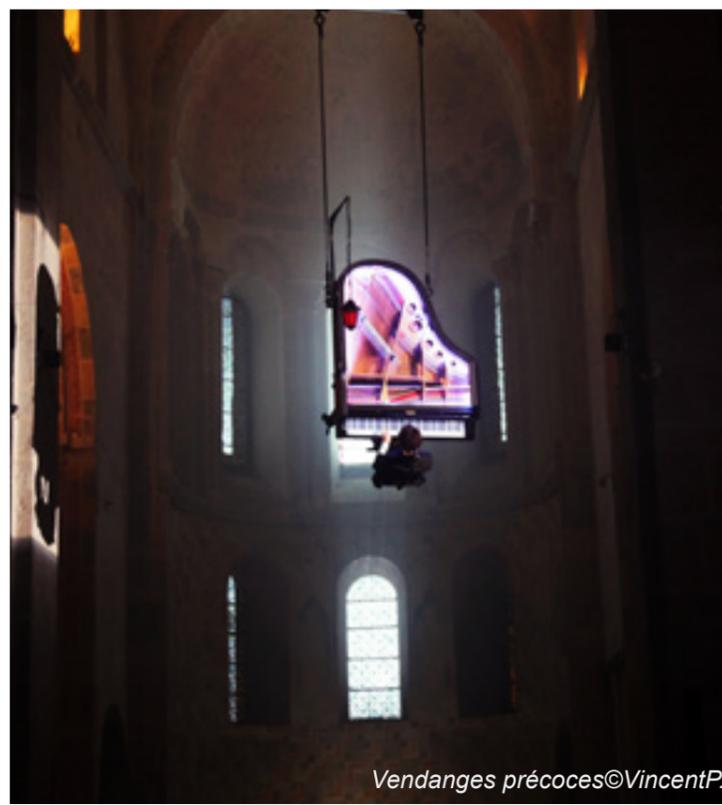
- L'Enigme du Lapin de Pâques à Estavayer-le-Lac (avril)
- La Ferme en Ville à Estavayer-le-Lac (avril)
- Vendanges Précoces à Payerne (mai-juin)

- Le Marché d'Printemps à Payerne (mai)
- Le festival du jeu Ludimania'k à Estavayer-le-Lac (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)
- La Brocante en plein air à Estavayer-le-Lac (août)
- Artephile – concours de peinture populaire à Estavayer-le-Lac (septembre)
- La Route du Moût Lavaux-Payerne (octobre)
- L'itinéraire des crèches à Estavayer-le-Lac (décembre)

L'office du tourisme soutient de nombreuses autres manifestations par le biais soit d'un sponsoring, de la gratuité de la billetterie ou encore de l'organisation d'un accueil/apéritif VIP.



Bénichon\_2014©estavayer-payerne tourisme



Vendanges précoces©VincentP.

# Marketing & Promotion

Avec un budget annuel de CHF 217'013.- 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

## 2014, année des plus beaux points de vue

En 2014, la thématique travaillée et déclinée par Suisse Tourisme dans ses campagnes était les panoramas. Nous avons adapté ce choix en orientant en partie nos actions de marketing sur les thématiques du patrimoine et de la nature. Nous avons notamment :

- Développé un stand lors de la manifestation Air14 en collaboration avec Suisse Tourisme, les Offices cantonaux et les Régions partenaires.
- Conçu et développé le stand d'été au restoroute Rose de la Broye à Lully sur la thématique du patrimoine en mettant en évidence notre nouveau produit, le parcours multimedia Qr-codes.
- Assuré une présence dans la brochure Railway Idées de loisirs été, valorisant la région d'Estavayer-le-Lac et ses activités nautiques.
- Assuré une présence dans le programme de Connaissance 3 sur la thématique de l'Abbatiale de Payerne.

## Stand Restoroute 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 1 mois à Bavois alors que la région d'Yverdon se présente durant 1 mois à Lully. Cet échange nous permet de toucher un public supplémentaire. En 2014, nous avons ainsi mis en place, au restoroute de Bavois, un stand de promotion de mi-mai à fin juin valorisant les sites palafittiques inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2011. Ceci nous a permis de mettre en avant essentiellement le Village lacustre de Gletterens. Cet échange sera reconduit en 2015 sur une thématique qui reste encore à définir.



## Stand 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 patrimoine, dans un but de mise en valeur de nos parcours multimédias QR-Codes. Dans l'objectif de renforcer l'attractivité de notre stand pour le public de passage, nous avons investi dans l'animation avec un crieur du Moyen-âge présent les week-ends à forte fréquentation. Celui-ci attisait la curiosité des passants et les renseignait sur la région. Cette animation a rencontré un joli succès.

En plus du succès de l'animation, le bilan de cette action est très positif, avec plus de 3'500 brochures distribuées dont 1'300 brochures QR-Codes, 850 Infoguides et 400 cartes cyclotourisme.



# Marketing & Promotion

## Stand lors de la manifestation Air14

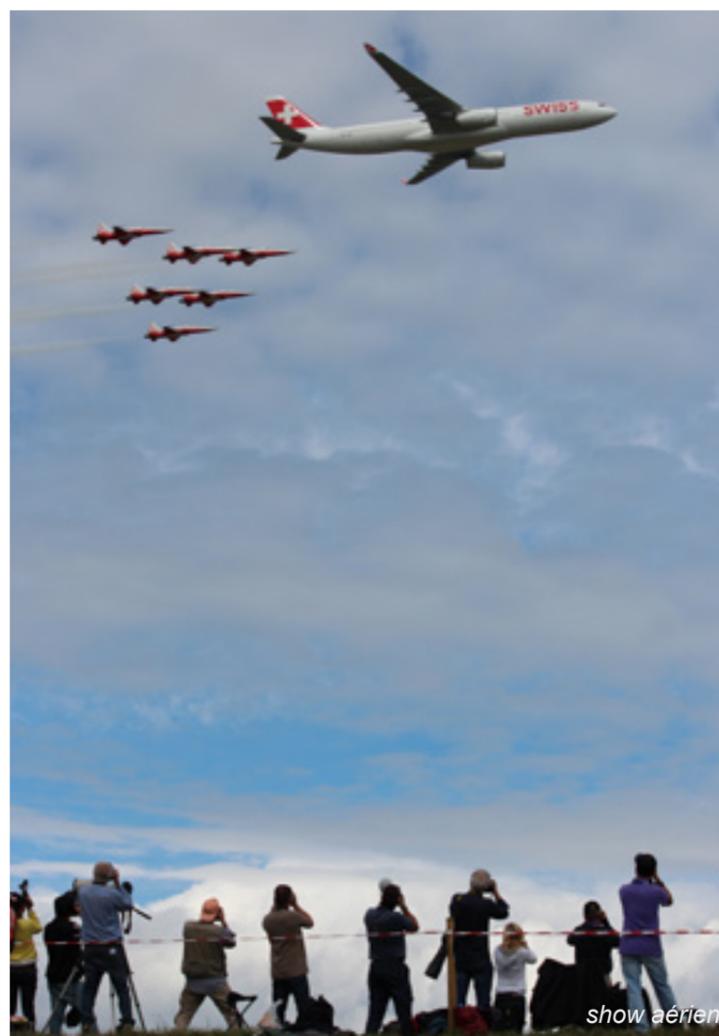
En collaboration avec Suisse Tourisme, les Offices cantonaux Fribourg et Vaud, les régions de Morat, Avenches, Moudon et Vully, ainsi que le soutien de la Communauté Régionale de la Broye (COREB), nous avons assuré une présence au show aérien Air14 à Payerne du 30 août au 7 septembre. Avec plus de 400'000 visiteurs durant les 10 jours, ce show aérien a été une belle vitrine de la région pour les visiteurs nationaux et internationaux.

Plusieurs actions ont été menées pour le bon fonctionnement de cette manifestation et pour la promotion de la région.

- La mise en place d'un stand d'information de plus 600m<sup>2</sup>, un coin détente et une tyrolienne pour attiser la curiosité des visiteurs.
- La mise en place d'une plateforme de réservation en ligne intégrant toutes les offres des cantons de Vaud et Fribourg

- La création et le suivi par Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme d'une plateforme pour l'hébergement chez l'habitant dont « gratuité, échange et accueil » ont été les principes de base.
- Une présence aux différents symposiums organisés à la halle des fêtes de Payerne via un stand de promotion se trouvant sur le passage.
- En collaboration avec la Commune de Payerne, plusieurs visuels de 2m de haut représentant la région ont été placés sur les différents chemins amenant au lieu de fête.
- De nombreuses visites de presse ont été organisées par les instances cantonales.

16



# Marketing & Promotion

Nous avons mené d'autres actions marketing notamment par le biais de stands d'information.

## FESPO à Zürich

En collaboration avec J3L, nous avons représenté notre région à la foire des vacances et des voyages organisée à Zürich.

## Symposium Cube-Sat de S3 à la Prillaz

A l'occasion d'un important symposium organisé par Swiss Space System à la salle de la Prillaz du 13 au 17 octobre, nous avons pu disposer des brochures et visuels de notre région directement à l'entrée de la salle. Le but étant de renseigner et surtout sensibiliser les quelques 300 invités venant du monde entier sur la diversité qu'offre notre région. Des sacs promotionnels ont également été distribués aux participants.

## Salon du Tourisme à Cluny

Promotion des sites clunisiens suisses lors de cet événement d'importance européenne. 4 publics cibles: professionnels du voyages, les politiques françaises, les tours opérateurs et un public passionné par l'histoire de Cluny.

## Cartes postales

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme s'est doté d'une collection de cartes postales, 41 modèles qui sauront ravir nos visiteurs.

Elles sont en vente aux bureaux de l'Office du tourisme, et chez différents prestataires de la région.

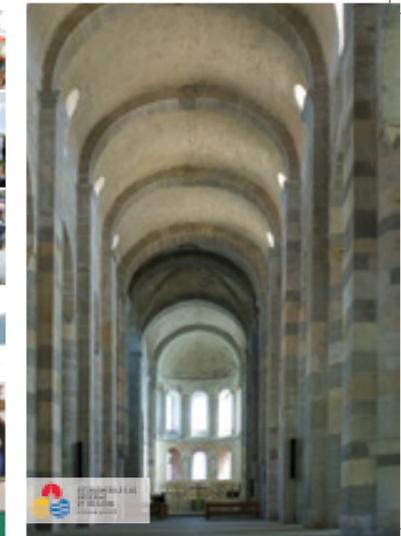
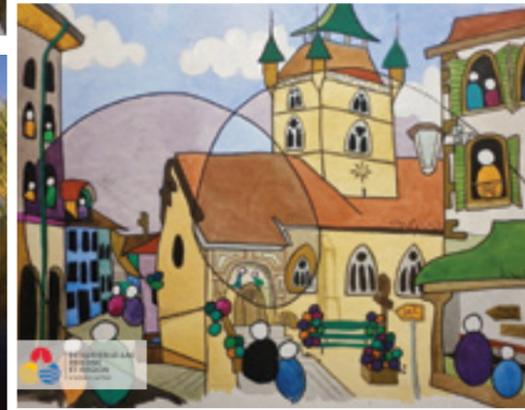
## Actualisation et mise à jour des brochures

En 2014, nos efforts se sont essentiellement concentrés sur deux brochures :

- la mise à jour de notre guide d'informations générales (info guide) et de son nouveau concept publicitaire.
- la création de la brochure commune accompagnant nos parcours QR-codes à Estavayer-le-Lac et Payerne, imprimée en 3 langues (F/D/E)

Nous avons ainsi distribué 15'000 exemplaires de l'info guide ainsi que 2'500 brochures du circuit QR-codes à partir de l'inauguration du parcours de Payerne au mois de juillet.

17



# Marketing & Promotion

## Actions marketing dans la presse

En 2014, nous avons mené plusieurs actions de marketing dans les médias suisses et étrangers :

- 1 page dans le magazine CFF-RailAway « Beaux villages » valable du 1er avril au 31 octobre 2014 afin de faire la promotion d'Estavayer-le-Lac et de proposer des attractions à découvrir (tirage 240'000 et 448'000 lecteurs)
- 1 page dans le magazine de Connaissance 3 valorisant la découverte de l'Abbatiale de Payerne. (tirage près de 8'000)
- 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).
- 1 page dans le magazine Hoppkids, valorisant notre forfait « Lac'aventure » (tirage à plus de 10'000 exemplaires)
- 8 pages dans le magazine Petit futé, sur l'ensemble de notre région. (utilisé par 35'000 francophones et téléchargé plus de 37'000 fois)

Nous avons également obtenu, grâce à l'appui de Suisse Tourisme un article sur le château de la Corbière dans le magazine « Lonely Planet Traveller, Allemagne » (tirage 70'000 et 175'000 lecteurs), et nous sommes représentés dans le film « La Suisse vue du ciel », tourné par Yann Arthus-Bertrand en collaboration avec Suisse Tourisme, où nous retrouvons de magnifiques images aériennes du port de Chevroux, le plus grand port d'eau douce d'Europe.

## Actions marketing à la télévision

En 2014, nous avons bénéficié de plusieurs reportages :

- Emission sur le canton de Fribourg, dont Estavayer-le-Lac diffusée sur Euromaxx – programme Allemand – 09.07.2014 (plus de 100 millions de téléspectateurs/semaine)

- Reportage sur la « Télé » à propos de notre parcours multimédia QR-codes – 17.07.2014 (65'000 à 92'000 téléspectateurs/jour)
- Emission au 19h30 de la RTS sur les hébergements insolites dont la Ferme de la Corbière – 04.08.2014 (plus de 800'000 téléspectateurs/ jour)
- Tournage Bollywood à Estavayer-le-Lac – 28.08.2014
- Tournage d'un clip vidéo pour l'émission Hit auf Hit – 19.09.2014

## Actions marketing à la radio

En 2014, nous avons bénéficié de plusieurs reportages :

- Emission « Intercités » sur la RTS, consacrée aux nouveaux goûts de la clientèle pour les petits hôtels de charme, en particulier le Château de la Corbière – 15.05.2014 (800'000 auditeurs/jour)
- Emission sur Radio Fribourg « série d'été » consacrée à l'architecture d'Estavayer-le-Lac – 22.07.2014 (100'000 auditeurs/jour)
- Emission de LFM qui part à la découverte de ville de Suisse romande, cette émission était consacrée à Payerne et aux gens qui font vivre la ville, diffusée en direct depuis Payerne. 05.11.2014 (288'000 auditeurs/jour). A noter que cette émission devrait se déplacer à Estavayer-le-Lac en début de saison 2015.

## Visites de presse

En 2014, nous avons reçu plus de 30 journalistes en provenance notamment de Suisse, de France, d'Allemagne, du Canada ou encore de Chine. Il convient de rappeler que l'accueil de journalistes est un élément très important qui nous permet de faire une promotion à fort impact. Bien que nous ne maîtrisons pas ou très peu le contenu des reportages réalisés, nous mettons tout en œuvre pour que les journalistes soient accueillis dans les meilleures conditions et reçoivent toute l'information dont ils ont besoin.



# Marketing & Promotion

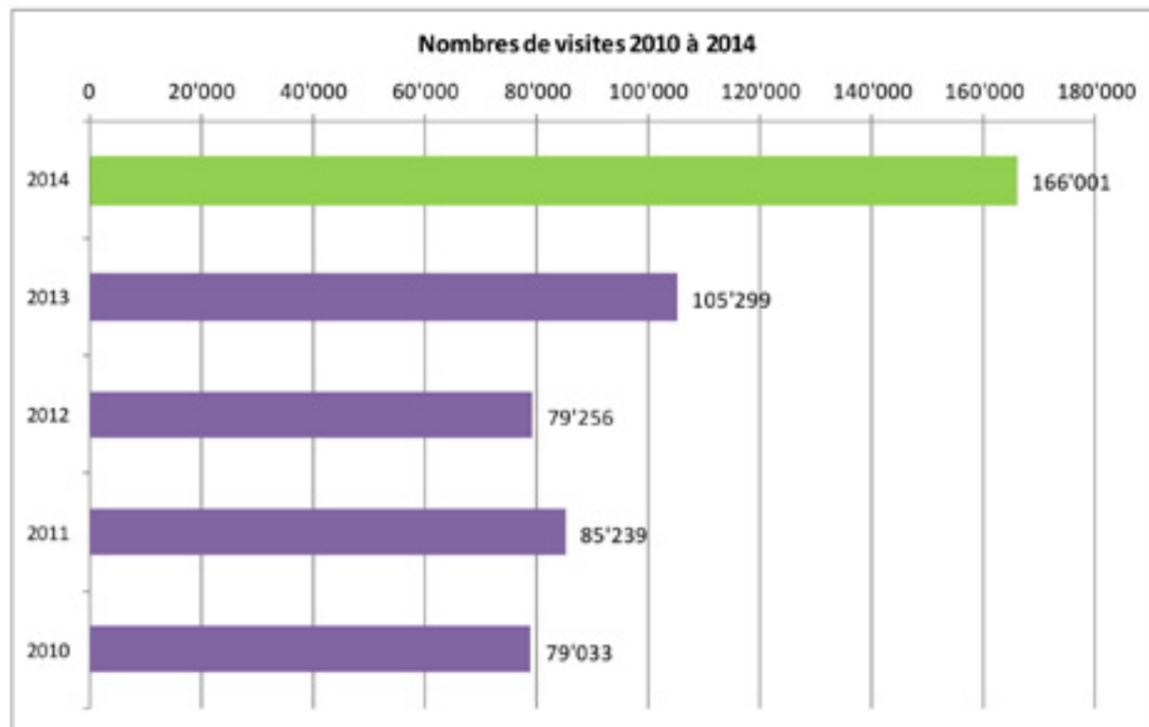
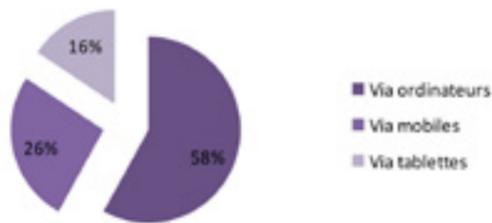
## Site internet

Elément incontournable de la promotion, le site internet d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a été complètement retravaillé en 2012. Piloté à l'échelle du canton de Fribourg, le nouveau site se veut plus visuel et plus émotionnel. Il valorise les séjours attractifs (forfaits et nouveautés) ainsi que la réservation en ligne de l'hébergement.

La fréquentation en 2014 est marquée par une augmentation significative du nombre de visites. 166'001 visites ont été enregistrées en 2014 contre 105'299 en 2013, 79'256 en 2012 et 85'239 en 2011, ce qui soutient les efforts continuellement entrepris dans cet outil de promotion essentiel.

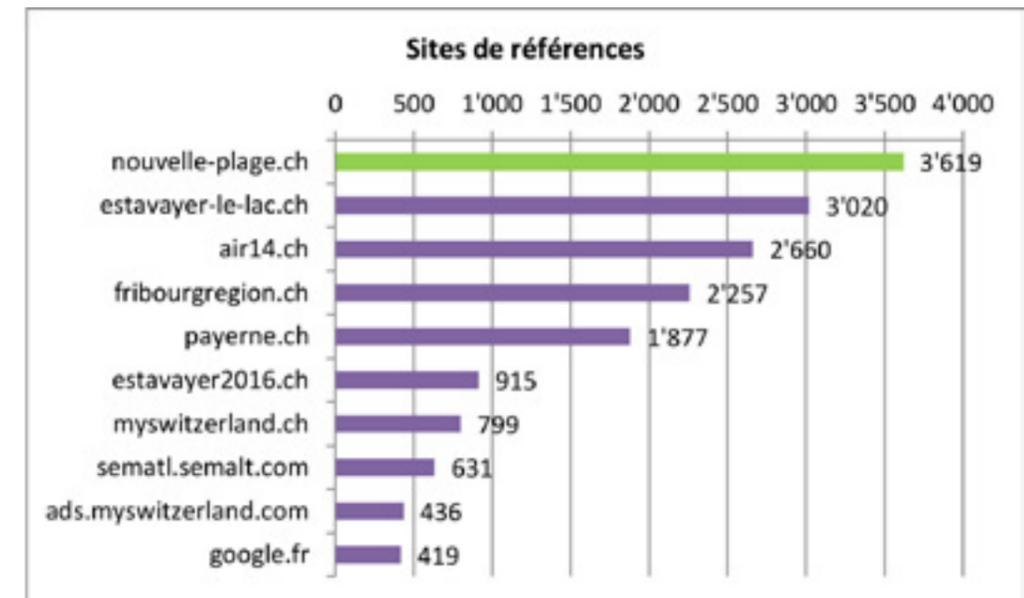
S'agissant des centres d'intérêt des internautes, il est intéressant de relever que les pages en français les plus consultées sont : les manifestations, suivi de l'hébergement et des restaurants. En allemand, les pages les plus consultées sont : la manifestation Air14, l'hébergement et les sports/loisirs. Les pages les plus consultées en anglais sont l'hébergement, suivi du karting et d'Air14.

Cela est représentatif des deux types de public auquel l'Office du tourisme s'adresse. D'un côté le public de proximité ou excursionniste qui recherche des informations sur des activités à la journée (ou en soirée). De l'autre le public externe ou de vacances qui recherche en premier lieu des informations sur les possibilités de séjours.



# Marketing & Promotion

Chiffres clés internet	2011	2012	2013	2014
Nombre de visites	85'239	79'259	105'299	166'001
Total des visiteurs uniques	62'811	58'395	77'523	124'781
Nombre de visites moyen par jour	233.55	217.13	288.49	454.79
Durée moyenne d'une visite	1 min 58	2 min 21	2 min 20	2 min 18
Nbre moyen de pages vues par visite	3.03	3.03	3.31	3.31



## Newsletter

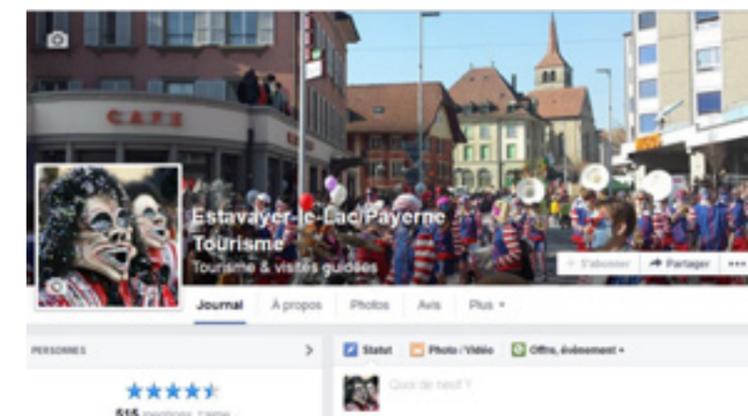
Depuis 2013, l'Office du Tourisme envoie quatre newsletters par année, soit une par saison, à plus de 1500 contacts. Cette pratique permet ainsi de fidéliser les personnes intéressées par notre destination et de les tenir informés de nos offres, des nouveautés, des événements qui se déroulent dans la région et de mettre en avant divers temps forts selon la saison. Cette action influence de manière positive la fréquentation de notre site internet.

Les newsletters sont envoyées en français à 843 contacts et en allemand à 873 contacts. En ce qui concerne la newsletter francophone, nous observons un taux d'ouverture total de 65% en moyenne, pour un taux d'ouverture unique de 33%. A propos de la newsletter germanophone, le taux d'ouverture total est de 41% en moyenne pour un taux d'ouverture unique de 25%. Cela signifie qu'un total de 450 personnes ont ouvert chacune de nos newsletters à deux reprises en moyenne en 2014.

## 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.

La popularité de notre page est en constante progression, 158% d'augmentation de j'aime en 2014. La cible des 25-44 ans est la plus présente, avec un équilibre hommes-femmes.



# Comptes 2013

L'année 2014 se boucle avec un déficit de CHF 26'201.-. En plus du déménagement de l'Office de Payerne, des grandes manifestations telles qu'Air14 et Vendanges Précoces, des investissements supplémentaires ont été effectués en terme de promotion, d'accueil (panneaux entrées de ville, bornes interactives,...) ainsi que des manifestations et animations.

A noter encore qu'un montant de CHF 36'000.- a été prélevé sur la réserve existante constituée depuis 2011 pour des manifestations et actions extraordinaires, pour la signalétique et mise en scène et pour le déménagement de l'Office du tourisme de Payerne, portant celle-ci à CHF 0.-.

Le bilan et les comptes 2014 peuvent être obtenus auprès d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme.

## Comité & Personnel

### Le Comité

En 2014, aucun changement n'est à relever dans la composition du Comité de l'Association Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme. La Présidence de l'Association, actuellement attribuée à Mme Christelle Luisier (2013-2014) sera réattribuée pour les années 2015-2016 à M. Michel Zadory. A noter encore que, suite à une redistribution des dicastères au sein du Conseil communal d'Estavayer-le-Lac, M. Dominique Aebischer sera remplacé dès mars 2015 au comité par M. Eric Rey.

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

Dès 2014, Estavayer-le-lac/Payerne Tourisme a une Direction unique en la personne de Laurent Mollard. Mme Vanessa Betschart est entrée en fonction au 1er janvier 2014 en tant que Responsable Marketing & Relations publiques. Mme Déborah Guignard a donné sa démission à la fin de l'année et quitte l'office du tourisme en février 2015 après avoir passé 8 années au sein de l'office. Un nouveau poste de Responsable Animations & Evénementiel a été attribué à Mme Sophie Giuliano qui débutera en février 2015.

### Comité d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

#### Mme Christelle Luisier Brodard

Présidente d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, syndique de la commune de Payerne

#### M. Michel Zadory

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

#### M. Eric Rey

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

#### M. Christian Friedli

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

### 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 (80%)

#### Mme Sophie Giuliano

Animations et Evénementiel (60%)

#### Mme Marianne Aeschbacher

Visites guidées et Randonnées (50%)



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](mailto:tourisme@estavayer-payerne.ch)

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

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

