

www.fribourgregion.ch
www.regionduleman.ch
www.juratroislacs.ch

ESTAVAYER-LE-LAC
PAYERNE & REGION
ACTIF PAR NATURE 

www.estavayer-payerne.ch

Estavayer-le-Lac/ Payerne Tourisme

Rapport d'activité 2012



Sommaire

Bilan 2012	p.3
Mission et stratégie.....	p. 4
Accueil et information.....	p. 5
Hébergement.....	p. 8
Produits touristiques.....	p. 10
Transports touristiques.....	p. 11
Animations.....	p. 12
Marketing et promotion.....	p. 13
Comptes 2012.....	p. 18
Comité et personnel.....	p. 18

2



©Sandra Mumprecht

Bilan 2012

2012 une année en progression

2012 aura été une année positive pour Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, confirmant les efforts entrepris liés à la promotion et à l'amélioration de l'accueil des hôtes.

Dans la continuité de 2011, le contexte économique s'avère difficile pour le secteur du tourisme. Nous observons un recul de 2% des nuitées au niveau suisse en 2012, ce qui signifie une baisse de 4% sur les deux dernières années. Malgré cela, Estavayer-le-Lac/Payerne et Région continue à récolter les fruits de ses efforts et se démarque par une progression des nuitées de 3% en 2012, soit une augmentation de 4% sur les deux dernières années.

Hôte d'honneur de la foire de la LUGA à Lucerne

Les organisations touristiques d'Estavayer-le-Lac/Payerne, d'Avenches, de Morat, de Moudon et du Vully se sont unies le temps d'une collaboration extraordinaire, et se sont présentées en tant que région hôte d'honneur lors de la foire de la LUGA qui s'est déroulé du 27 avril au 6 mai 2012 à Lucerne. C'est la première fois que les cinq offices se présentaient ensemble et entreprenaient une action commune d'une telle envergure. Soutenue par la Commission Tourisme de la Communauté Régionale de la Broye (COREB), en collaboration avec l'Association Régionale du Lac (ARL) et les offices du tourisme, cette opération a offert l'opportunité de faire la promotion de toute une région en valorisant ses atouts et ses synergies. Un signal fort de la part des offices du tourisme qui ont entrepris ce projet ensemble afin d'accroître la visibilité de la région au sens large, au bénéfice de tous.

Renouvellement du site internet et webmobile

Un site internet de qualité, présentant une information complète et attrayante constitue un élément central dans la communication et promotion des offres touristiques. C'est dans l'objectif d'optimiser ces aspects essentiels qu'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, en collaboration avec l'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT), a entrepris la refonte de son site internet. Le nouveau site est en ligne depuis juin 2012. Par ailleurs, une version adaptée aux appareils mobiles a été développée en septembre. Ceci afin de répondre à la demande croissante

de consultation des informations touristiques sur internet via les smartphones ou tablettes.

Classification des appartements de vacances et des chambres d'hôtes

Dans le tourisme suisse et particulièrement dans notre région, les appartements de vacances et les chambres d'hôtes constituent un complément attractif à l'hôtellerie. Dans l'optique de soutenir et valoriser ce type d'hébergement, et d'assurer un accueil de qualité pour les visiteurs, nous avons entrepris la classification de la parahôtellerie selon les normes de la Fédération Suisse du Tourisme (FST) dès l'été 2012. Tous les hébergements référencés dans nos supports de promotion sont désormais classifiés (FST ou BnB), ce qui représente 42 établissements pour notre région.

Soutien au développement de chambres d'hôtes

Le développement des infrastructures d'hébergement dans notre région est un des objectifs stratégiques fixé par l'office du tourisme. Notre région souffre d'une capacité hôtelière limitée et sur laquelle l'office du tourisme n'a que peu d'emprise. En parallèle, les chambres d'hôtes représentent un potentiel non négligeable de développement pour notre destination. L'environnement rural propre à notre région se prête particulièrement bien à ce type d'accueil. Dans un récent sondage qualitatif mené par l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV), notre destination se démarquait par un fort pourcentage d'hébergement chez l'habitant (15% des visiteurs sondés qui séjournent dans notre région sont logés dans une chambre d'hôtes contre moins de 5% pour le reste du canton). Ceci montre l'attrait exercé par ce type d'hébergement pour des visiteurs en quête d'authenticité. Afin de soutenir le développement de cette offre, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a édité un guide d'information pratique à l'attention des particuliers qui souhaitent se lancer dans l'aventure de l'hébergement chez l'habitant. Ce guide est à disposition de la population depuis l'automne 2012.

Mission & Stratégie

Rappel des missions et objectifs à l'horizon 2015

Afin de poursuivre les travaux entrepris jusqu'à aujourd'hui et de renforcer la destination touristique Estavayer-le-Lac/Payerne & Région, l'Office du tourisme s'est fixé les objectifs et missions suivants à horizon 2015 :

1. Améliorer les infrastructures de l'Office du tourisme en uniformisant les systèmes de communication entre les sites d'Estavayer-le-Lac et de Payerne.
2. Améliorer le fonctionnement de l'Office du tourisme en poursuivant les mesures du Label de Qualité II de la Fédération Suisse du Tourisme et en renforçant le pôle animation de l'office.
3. Intensifier les collaborations avec les organisations touristiques de la Broye (Avenches, Moudon) et la région de Morat et du Vully.
4. Améliorer la mise en scène des lieux touristiques dans la destination, essentiellement sur Estavayer-le-Lac et Payerne.
5. Soutenir le développement de la parahôtellerie et du tourisme à la ferme.
6. Améliorer la promotion et la communication de l'Office du tourisme en renforçant la présence sur internet, en améliorant la communication et la visibilité de la destination au niveau national et international (mise en place d'actions propres ou en collaboration avec les plateformes de l'UFT, de l'OTV, de J3L), et en améliorant la communication et la visibilité vis-à-vis de la population locale et régionale.
7. Développer de nouveaux produits touristiques originaux favorisant les vacances actives, renforçant le caractère régional de la destination, et mettant en valeur les atouts touristiques de la région.
8. Améliorer les manifestations existantes dans le but de les pérenniser dans le temps, créer de nouvelles manifestations, intensifier le soutien à l'animation et soutenir activement les manifestations d'envergures Air14 et Estavayer2016.

Positionnement marketing

Depuis 2011, le positionnement stratégique de l'Office du tourisme a évolué. Précédemment axé sur la réserve naturelle de la Grande Cariçaie, considérée comme l'élément différenciateur de notre destination, le positionnement marketing a été recentré sur le lac et les activités lacustres.

Nous observons qu'au niveau de la région, la grande majorité des nuitées sont générées par la présence du lac et que ce dernier constitue l'attrait principal de notre destination. Nous disposons de nombreuses infrastructures touristiques en lien avec le lac (téléski et activités nautiques, plages de sables, camping, société de navigation etc.), qui nous permettent de décliner des produits touristiques commercialisables. Le milieu unique en Suisse de la Grande Cariçaie demeure un élément très important pour le tourisme régional. Estavayer-le-Lac/Payerne tourisme poursuit le développement d'offres en lien avec cet environnement, notamment avec des produits qui relèvent du tourisme durable (mobilité douce, accueil du public dans les réserves, Calèches Nature&Saveurs).



Péniche de la Corbière ©DR

Accueil & Information

Statistiques

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

En 2012, les points d'information à Estavayer-le-Lac et Payerne ont répondu à une moyenne de 63 demandes par jour, ce qui dénote une stabilité depuis trois ans (61 en 2011, 67 en 2010, 61 en 2009). La majorité de notre clientèle (53%) se déplace dans les offices pour obtenir l'information souhaitée. L'emplacement des offices et la qualité des locaux d'accueil du public restent donc un élément très important. 45% utilisent le téléphone pour des renseignements et seul 2% des demandes se font sous forme de courrier qu'il soit postal ou électronique.

Sans grande surprise, les demandes évoluent en fonction de la période. Durant la haute saison, des mois d'avril à septembre, le nombre de demandes augmente à 78 par jour, avec un pic en juillet (81 demandes par jour). Durant la haute saison, la clientèle est en majorité touristique. 90% des touristes proviennent du marché national (75% de Romands et 15% de Suisse alémanique), suivent les Français avec 4% des demandes et 2% pour les Allemand. Le solde (4%) représente des visiteurs

internationaux de diverses provenances.

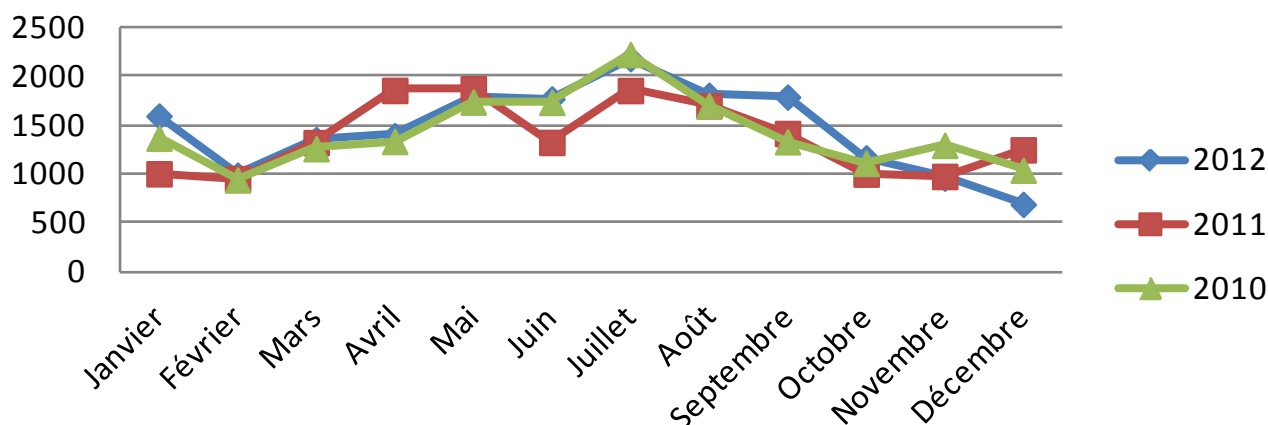
En dehors de la saison touristique, la clientèle est essentiellement locale, du fait de l'activité de billetterie et de service à la population de l'office du tourisme.

Mise en scène de l'offre touristique

Les réflexions relatives à l'amélioration de la mise en scène de l'offre touristique, amorcées dans le cadre du projet Enjoy Switzerland Fribourg Région, ont été poursuivies en 2012 par Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme. Comment mieux orienter le visiteur dans notre destination? Comment créer une ambiance qui permette au visiteur de percevoir des émotions positives? Comment mieux faire ressortir l'offre existante? Ce sont là quelques unes des questions fondamentales faisant l'objet de réflexions au sein de l'Office du tourisme et qui déboucheront sur une réalisation sur le terrain à moyen terme.

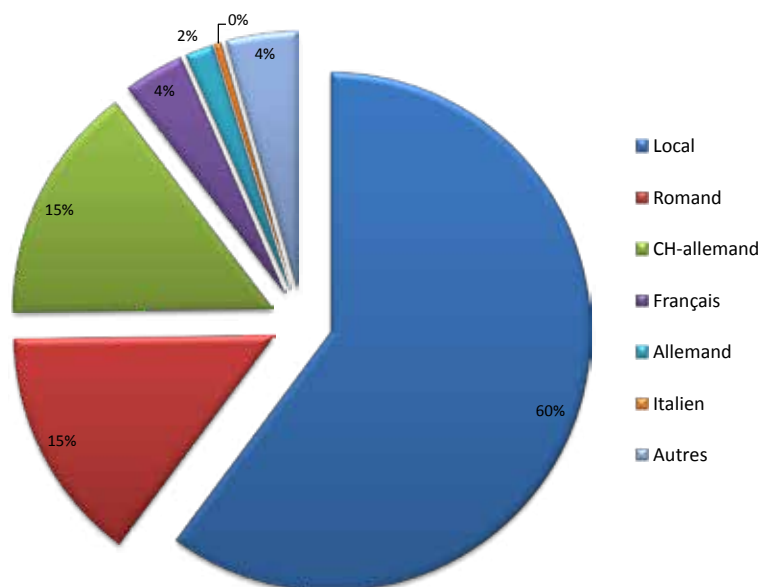
La réflexion amorcée en 2011 a abouti à des propositions de nouvelle identité graphique en lien avec notre positionnement «lac». Le projet de nouveau corporate est en cours d'étude. Une fois validé, il servira de base pour la réalisation d'éléments de mise en scène.

Evolution des demandes totales mensuelles, comparaison 2010-2012



Accueil & Information

Provenance de la clientèle en 2012



6

Amélioration des services aux hôtes

Afin de mieux servir nos hôtes, l'office offre depuis le printemps 2012 une connexion wifi dans les bureaux d'accueil d'Estavayer-le-Lac et de Payerne. Ce service permet ainsi aux visiteurs de télécharger gratuitement les applications touristiques pour Smartphone telle l'application Fribourg Région ou encore celle relative aux sites palafittiques inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.

Depuis l'automne, nos visiteurs ont également la possibilité de payer à nos guichets par cartes de crédits.



Dans l'optique d'une amélioration constante de ses services, l'Office du tourisme poursuit les démarches suite à l'obtention en 2011 du label de qualité niveau 2 délivré par la Fédération Suisse du Tourisme.



© Estavayer-Payerne Tourisme



Hébergement

Statistiques

Les nuitées ont connu une progression significative en 2012 avec une augmentation globale de +3%. 463'606 nuitées ont été enregistrées l'année dernière contre 448'583 en 2011.

La hausse des nuitées s'est concentrée essentiellement dans les hôtels (+19%), dans les camping-places visiteurs (+13%) et dans les chambres d'hôtes (+13%) tandis que l'on note une régression dans les forfaits propriétaires (-1%).

S'agissant des nuitées hôtelières, il est à relever l'excellent résultat des établissements d'Estavayer-le-Lac avec une progression de +30%. La réouverture de l'hôtel du lac, rebaptisé OComplexe, explique en partie ce résultat. Mais pas seulement. Les établissements hôteliers ont globalement vu leurs nuitées progresser de manière significative. Les hôtels de Payerne ont quant à eux connu une année difficile, avec une diminution des nuitées de l'ordre de -16%. Les deux établissements à vocation touristique ont connu une année en perte de vitesse.

L'augmentation des nuitées chez l'habitant (+13%) est un résultat réjouissant qui confirme les efforts de promotion et de valorisation de ce type d'hébergement par l'Office du tourisme. 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 2012, nous observons une progression des nuitées « visiteurs » et le recul de la part des nuitées « résidentielles ». En 2012, 20% des nuitées sont effectuées par des touristes de passage alors qu'en 2009, ce taux n'était que de 15%.

Il est à relever que ces données statistiques se basent sur les taxes de séjours. 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 permettraient d'obtenir des outils de mesure efficace.

Nuitées hôtelières	2011	2012	Evolution
Estavayer-le-Lac et Région	26'302	34'325	23%
Estavayer-le-Lac	22'924	32'827	30%
Delley-Portalban*	-	-	-
Cousset*	-	-	-
Cugy*	-	-	-
Payerne	4'922	4'232	-16%
Total	31'224	38'557	19%

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

Variation des nuitées	2011	2012	Evolution
Hôtels	31'224	38'557	19%
Camping	161'810	163'227	1%
Bateau	60'828	66'685	10%
Chalets & appartements	175'399	173'837	-1%
Chambres d'hôtes	6742	7592	13%
Hébergement collectifs	12'580	13'708	9%
Total	448'583	463'606	3%

Classification de la parahôtellerie

En 2012, l'Office du tourisme a entrepris la classification systématique des offres d'hébergement chez l'habitant, en prévision de la nouvelle période de classification de la Fédération Suisse du Tourisme (FST) pour les années 2013-2017.

Ainsi 17 chalets et appartements de vacances et 13 chambres d'hôtes ont été classifiés selon le standard qualité de la FST.

Ce travail conséquent a permis de faire un tri dans les adresses qui étaient jusqu'à présent répertoriées par l'Office du tourisme, et de redéfinir le territoire géographique concerné par notre destination.

Afin de garantir un standard qualité dans l'accueil de nos hôtes, l'Office du tourisme a décidé de ne signaler dorénavant dans ses brochures et sur son site internet uniquement les adresses classifiées (FST, BnB ou label équivalent).

Relevons que sur les 42 adresses d'hébergements chez l'habitant classifiés pour notre destination, seule 1 est réservable en ligne. Cette option offerte en accompagnement de la classification suscite des réserves de la part des propriétaires qui privilégient encore le contact direct pour louer un objet ou accueillir des hôtes chez eux.

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

Afin de soutenir et encourager l'ouverture de chambres d'hôtes, l'Office du tourisme a édité 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 rentabilités financières, 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 2012, l'Office du tourisme a poursuivi son travail de mise en ligne des offres d'hébergement hôtelières sur le système de réservation online Tomas (Touristic Online Management System). Désormais tous les établissements hôteliers de notre destination sont sur Tomas, offrant la possibilité pour l'hôtelier de gérer ses contingents. Les hôtels 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 mais également via les plateformes des régions touristiques et des destinations avec lesquelles nous collaborons : le site de Fribourg Région www.fribourgregion.ch et les sites des OT fribourgeois rattachés, le site de l'OTV www.region-du-leman.ch, le site de Jura&3lacs www.juratroislacs.ch et le site booking.com www.booking.com, qui de part sa notoriété, génère un volume de réservations importants.

En 2012, 2203 nuitées ont été réservées en ligne via le système Tomas pour un chiffre d'affaire de CHF 163'721.-, tous établissements hôteliers confondus.



Hôtel le Rive Sud

Produits touristiques

Visites guidées et jeux

Les visites guidées sur Estavayer-le-Lac ont connu une progression en 2012. 44 visites guidées ont été organisées (dont la moitié en langue allemande) ce qui représente une progression de +12 visites sur l'année écoulée par rapport à 2011. Au total, 1131 personnes ont profité d'une visite guidée pour découvrir la richesse du patrimoine historique d'Estavayer-le-Lac.

Les jeux à destination des groupes d'enfants ont, par contre, connu une nette diminution de fréquentation, confirmant l'érosion déjà perçue l'année passée. En 2012, il y a eu 36 jeux organisés contre 48 en 2011. En 2010, il y en avait encore 70.

Cette tendance est préoccupante et nous oblige à réagir. Une nouvelle visite pédagogique sera mise sur pied pour la saison 2013 et prendra appui sur le programme pédagogique de l'instruction publique fribourgeoise.

Les visites guidées de l'abbatiale et du centre historique de Payerne organisée par l'Office du tourisme ont également reculé avec seulement 10 visites en 2012. En 2011, année de lancement de cette offre, 12 visites avaient été organisées. Parallèlement à la visite du centre historique, 46 visites guidées de l'abbatiale ont été organisées en 2012. Au total 1017 personnes ont profité d'une visite commentée de ce haut lieu historique.

Afin de renforcer l'attractivité des visites guidées à Payerne, ces dernières seront enrichies dès 2013 par l'ajout d'une verrée à la cave de la Reine Berthe. Parallèlement, l'Office du tourisme travaille activement à la mise sur pied de visites/jeux guidés à destination des enfants afin d'attirer les courses d'écoles. La mise en place de cette nouvelle offre est prévue en 2014.

Les Calèches Nature & Saveurs

Les excursions en Calèches Nature&Saveurs ont connu une progression notable en 2012 avec 17 sorties contre 12 en 2011 pour un total de 24 attelages et 177 participants (160 en 2011). Le chiffre d'affaire a ainsi augmenté de CHF 3'520.- par rapport à 2011, atteignant CHF 13'775.-.

Les adaptations du parcours en direction de Portalban ont rendu ce parcours plus attractif.

Nous relevons qu'en 2012 les sorties en direction de Cheyres sur une demi-journée ou de Portalban à la journée s'équilibrent. Les deux options sont complémentaires et offrent une alternative aux groupes selon le temps qu'ils ont à disposition.

Comme en 2011, des balades en calèches ont été proposées durant trois samedis à Estavayer-le-Lac dans le cadre de la Ferme en ville et des marchés d'été. Ces sorties à prix très attractif sont des produits d'appel qui ont pour objectif de faire la promotion de l'offre complète. Ces actions seront reconduites en 2013.

Forfaits touristiques

La vente en 2012 des séjours touristiques lancés courant 2011 a été relativement modeste. Au total seize forfaits ont été commercialisés : 6 Séjours romantiques, 7 Lac'Aventure, 1 Evasion gourmande et 2 « Entre ciel et terre ». Pour rappel, 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 à notre destination d'être présent sur les campagnes comme ce fut le cas pour la campagne oenotourisme du canton de Vaud ou la campagne suisse de l'UFT. Ces forfaits soutiennent également nos actions de marketing que nous menons en direct dans les médias suisses.

Le détail des forfaits est consultable sur notre site www.estavayer-payerne.ch

Transports touristiques

Petit Train d'Estavayer-le-Lac

Les statistiques de fréquentation du Petit Train d'Estavayer-le-Lac montrent une légère régression. Au total, 4618 tickets individuels ont été vendus en 2012 contre 5004 en 2011. La baisse se constate dans les deux catégories de billets (adultes et enfants).

La fréquentation du Petit train durant l'itinéraire des crèches est par contre en augmentation avec 919 passagers pour l'édition 2012/2013 contre 442 l'année précédente. En moyenne, le Petit Train a transporté de 14,5 personnes par heure durant l'itinéraire des crèches contre 8,7 en 2011.

Velopass - réseau Les Lacs

En juillet 2011, s'inaugurait le réseau touristique de vélos en libres de service baptisé «Les lacs» en collaboration avec l'UFT et la société Velopass. 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.

En 2012, les statistiques des ventes de cartes et le nombre de transactions aux stations du réseau montrent une utilisation touristique marquée avec un pic de fréquentation durant l'été.

Près de 400 cartes journalières ont été vendues à nos guichets touristiques et 7 abonnements.

Le nombre de transactions aux stations s'élève à 2476 pour l'ensemble du réseau des Lacs dont 1678 pour les stations de notre destination (soit 68,8%).

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 forte progression.

Les débarcadères de notre région ont ainsi vu leur fréquentation augmenter de 23.6%. En 2012, 35'238 passagers ont débarqué ou embarqué à Estavayer-le-Lac (contre 25'121 en 2011). 18'946 à Portalban (18'822 en 2011) et 1'751 à Chevroux (1'289 en 2011).

Parmi les stations de la LNM les plus fréquentées, Estavayer-le-Lac figure dans le peloton de tête, après Neuchâtel et Morat, bien avant Yverdon-les-Bains.

Cette augmentation de fréquentation s'explique en partie par l'action UBS qui proposait durant toute la saison des cartes journalières à CHF 5.-. Cette action a eu une répercussion positive sur la fréquentation globale de la société de navigation.

Velopass: transactions par stations en 2012

Stations	janv	fév	ma	avril	mai	juin	juill	aout	sept	oct	nov	déc.	Total
Morat	4	4	1	30	47	52	67	104	25	13	2	0	349
Cheyres	0	1	8	68	27	27	120	80	20	3	0	0	354
Avenches	0	1	10	43	31	33	64	93	41	22	5	4	347
Payerne	2	10	9	24	31	25	8	23	24	5	3	0	164
Estavayer - Gare	-	-	-	-	-	-	-	-	18	37	4	2	61
Estavayer - Port	1	1	9	46	65	39	116	212	65	15	2	1	572
Estavayer - Bastians	5	3	22	36	68	35	127	126	49	50	6	0	527
Romont	-	-	-	-	-	-	15	38	31	14	4	0	102
Total	12	20	59	247	269	211	517	676	273	159	26	7	2476

Animations

Les manifestations sont une activité importante pour Estavayer-le-Lac/Payerne 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.

L'enquête de satisfaction menée dans le cadre du projet Enjoy Swizerland Fribourg Région a fait ressortir l'attente élevée des touristes pour des manifestations et festivals organisés durant la saison d'été.

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 (avril)
- Le Marché d'Printemps à Payerne (mai)
- Le festival du jeu Ludimania'k (juin)
- Le Red Pigs Festival à Payerne (juin)
- Les Marchés d'été à Estavayer-le-Lac (juillet-août)
- Swing in the Wind, Street jazz festival (août)
- Le Marché staviacois à Estavayer-le-Lac (juillet)
- La Brocante en plein air à Estavayer-le-Lac (août)
- Le Septembre pictural à Estavayer-le-Lac (septembre)
- La Route du Moût Lavaux-Payerne (octobre)
- L'Itinéraire des crèches à Estavayer-le-Lac (décembre)

12

Swing in the Wind ©J-C Empain



Marketing & Promotion

Avec un budget annuel de CHF 232'113.-, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme maintient ses efforts promotionnels et poursuit sa stratégie marketing. A savoir :

- Investissements sur les plateformes de promotion de Fribourg Région et Jura-Trois-Lacs
- Poursuite des collaborations avec l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV)
- Collaboration renforcée avec les offices du tourisme d'Avenches, de Morat et de Moudon
- Actions de promotion directes
- Production et diffusion de brochures promotionnelles
- Site internet

2012, année de l'eau

En 2012 la thématique travaillée et déclinée par Suisse Tourisme dans ses campagnes était l'eau. Nous avons profité de ce choix pour orienter nos actions marketing sur la thématique « lac/sports nautiques ». Nous avons notamment :

- Conçu et développé le stand d'hôte d'honneur de la foire de la LUGA autour de la thématique lac/plaisirs lacustres.
- Participé avec Moudon Tourisme, Echallens Tourisme et le Chemin des Blés, à la promotion de cinq balades sur la thématique de l'eau
- Réalisé des publiereportages dans la *Coopzeitung* et dans *l'Illustré* sur les activités nautiques et mobilité douce au bord de l'eau.
- Participé à la campagne Suisse du fromage *Le Maréchal* avec une présence de notre forfait « Séjour romantique » sur 100'000 laporellos dans les Coop suisses.
- Conçu et développé le stand d'été au restoroute Rose de la Broye à Lully sur la thématique de l'eau
- Lancé une campagne radio sur Yes FM (Genève, arc lémanique, France frontalière) avec 85 spots diffusés en juillet sur le forfait Lac'Aventure
- Assuré une présence dans la brochure *Railway Idées de loisirs été*, en collaboration avec le centre nautique Alpha surf

Hôte d'honneur de la foire de la LUGA

En collaboration avec les Offices du tourisme de Morat, d'Avenches et de Moudon, nous avons assuré une présence à la foire de la Luga à Lucerne du 27 avril au 6 mai en qualité d'hôte d'honneur de ce grand rendez-vous de Suisse centrale. Cette opération promotionnelle s'est soldée par un bilan extrêmement positif. Le stand « Murtensee & Broye Regionen » a connu une forte fréquentation et la couverture médiatique a été excellente.



Stand Murtensee & Broye Regionen à la Luga

Avec plus de 110'000 visiteurs durant les 10 jours de la manifestation, le stand « Murtensee&Broye Regionen » a séduit le public de Suisse centrale et attiré de nombreux visiteurs. L'approche thématique qui valorisait les atouts de notre région ainsi que la collaboration avec le Papiliorama ont particulièrement bien fonctionné. Le public a montré un intérêt marqué pour nos offres touristiques ainsi que nos produits du terroir qui étaient proposés à la dégustation et à la vente. Au total, ce ne sont pas moins de 15'000 brochures touristiques qui ont été distribuées et les deux concours organisés sur le stand ont généré quelques 1'850 inscriptions.

La couverture de l'événement par les médias locaux (presse, radio, télé) a également offert à notre région une grande visibilité auprès du public de Suisse centrale. Le bilan médiatique compte une page complète consacrée uniquement à notre région dans la *Neue Luzerner Zeitung* (272'000 lecteurs), plusieurs articles dans la presse locale, plusieurs

Marketing & Promotion

reportages radio ainsi que sur la chaîne de télévision locale Tele1.

Cette action de promotion sera reconduite en 2013. C'était la première fois que les cinq offices du tourisme se présentaient ensemble et entreprenaient une action commune d'une telle envergure. Soutenue par la Commission Tourisme de la Communauté Régionale de la Broye (COREB), en collaboration avec l'Association régionale du Lac (ARL) et les Offices du tourisme, cette opération a permis de promouvoir notre région en valorisant ses atouts et ses synergies.

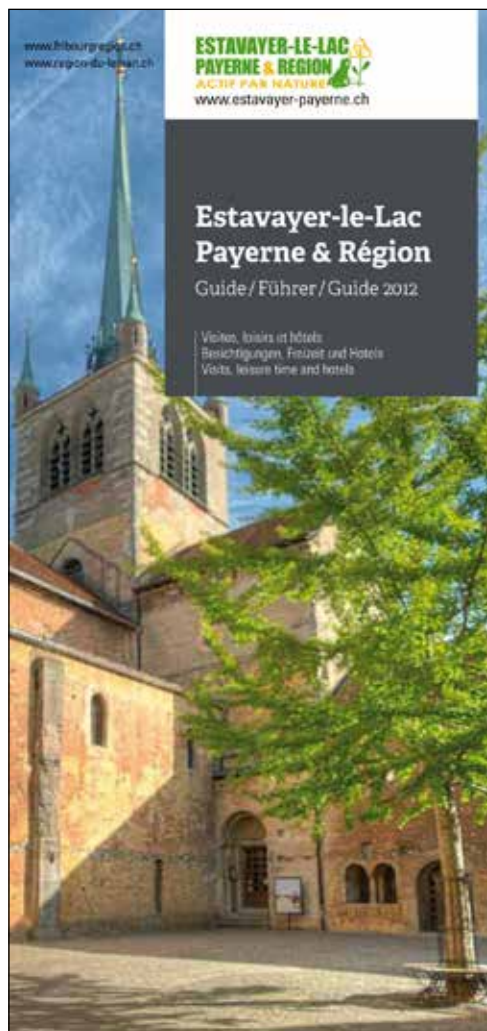


Stand au restoroute de Lully

Stand d'été Restoroute Rose de la Broye

Durant les mois de juillet et août, nous avons mené une action de promotion au restoroute Rose de la Broye avec un stand sur la thématique du lac et des plaisirs lacustres. Le bilan de cette action est très positif, avec près de 5'000 brochures distribuées (dont 1320 info guides et 900 brochures mood). La participation au concours s'est élevée à 1036 bulletins remplis.

Cette année, nous avons investi d'avantage dans l'animation, avec pour objectif de renforcer l'attractivité de notre stand et véhiculer une image sympathique de notre destination. Nous avons ainsi engagé des clowns les week-ends à très fortes fréquentation (dernier week-end de juillet et premier d'août). Les clowns ont développé des animations tout public sur la thématique de la baignade et de la plage. Ces animations ont eu beaucoup de succès.



Couverture de l'Info guide 2012

Actualisation et mise à jour des brochures

Outre la mise à jour de notre guide d'informations pratiques (info guide) et de notre plaquette A4 (brochure mood), nous avons actualisé et enrichi la carte d'itinéraires à vélo avec une extension sur la région de Morat/Kerzers. Nous avons également réalisé une version allemande du carnet de randonnées pédestres « Broye pas à pas ». Ces supports d'information ont été très largement diffusés dans le cadre de la Luga, dont le public a montré un vif intérêt pour les offres en mobilité douce (randonnées pédestres et cyclotouristiques).

S'agissant de la distribution, l'Office du tourisme poursuit ses efforts pour renforcer la diffusion des supports promotionnels. Nous avons ainsi augmenté le nombre de brochures distribuées en 2012. 9'100 exemplaires de la brochure A4 ont été distribués contre 4'200 en 2011. L'Info Guide a été diffusé à raison de 16'000 exemplaires contre 12'000 en 2011.

Marketing & Promotion

En 2012, nous avons renoncé à la collaboration avec Touring Info Service, privilégiant une distribution auprès de nos partenaires et prestataires touristiques.

Publireportages et actions marketing suisses

En 2012, nous avons mené plusieurs actions marketing dans les médias suisse, en collaboration avec Suisse Tourisme. Nous avons saisi l'opportunité d'un reportage de trois pages dans l'Illustré (lectorat: 324'000 lecteurs, taux de pénétration en Suisse romande: 22,1%) en contrepartie d'une annonce pleine page dans les offres Club. Nous avons également assuré une visibilité dans le magazine Coopzeitung (tirage: 1'805'641 ex. avec un taux de pénétration de 59,9% en Suisse alémanique) avec une page consacrée à l'offre vélo en libre service et une suggestion d'itinéraire dans la Grande Cariçaie, en plus d'un encart publicitaire (parution le 26 juin).

La valeur commerciale de ces deux publiereportages s'élève CHF 111'420.-.

Nous avons également mené une campagne radio en partenariat avec Yes FM qui diffuse sur l'arc lémanique, ainsi qu'en France voisine. 85 spots ont été diffusés durant 15 jours en juillet mettant l'accent sur l'offre nautique d'Estavayer-le-Lac. L'audience de cette chaîne est de 341'000 contacts hebdomadaires avec pour cible les 25-45 ans.

Parallèlement nous avons eu l'opportunité de nous associer à différentes opérations menées par la radio Rouge FM durant les mois de juin et juillet en mettant au concours des bons de nos principaux prestataires touristiques (karting, musées, centre nautique). Cette publicité était gratuite.

Visites de presse

En 2012 nous avons reçu 18 journalistes en provenance de Suisse, d'Allemagne, d'Espagne, de Russie, du Brésil, des Etats-Unis, d'Australie, de Chine et du Japon.

L'accueil de journalistes est un élément très important pour nous et permet une promotion à fort impact. Bien que nous ne maîtrisons pas le reportage qui sera réalisé suite à une visite de presse, nous mettons tout en œuvre pour que les journalistes soient accueillis dans les meilleures conditions et nous nous

assurons qu'ils repartent avec toutes les informations dont ils ont besoin.

Suite à la visite d'un journaliste de Terre&Nature, nous avons bénéficié d'une pleine page sur la ville médiévale d'Estavayer-le-Lac paru le 20 septembre 2012 (valeur commerciale CHF 6'899.-).

Nous avons également profité à deux reprises d'une couverture médiatique dans le magazine Schweizer Familie (lectorat: 732'000 ; taux de pénétration de 16,4%) avec deux articles de deux pages parus dans la rubrique «Week-end tipp». Parus en juin et en août, ils étaient consacrés l'un au téléski nautique, le second à la découverte en vélo de la Grande Cariçaie. La valeur commerciale de ces deux articles s'élève à CHF 75'480.-.

Le centre nautique Alphasurf a également eu une belle couverture médiatique avec un reportage en direct de 30 minutes qui a été diffusé sur la grille d'été de la chaîne La Télé.



Schweizer Familie, Nr. 24

Marketing & Promotion

Site internet

Elément incontournable de la promotion, le site internet d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a été complètement refondu en début d'année pour laisser place à un nouveau site, lancé le 25 juin. 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.

S'agissant de la fréquentation, 2012 est marqué par un tassement du nombre de visites. 79'256 visites ont été enregistrées en 2012 contre 85'239 en 2011, ce qui nous fait revenir aux moyennes de 2010. Ce recul du nombre de visites est également observé sur le site de Fribourg Région.

Cette baisse dans la fréquentation s'explique en partie par le développement des applications mobile par Fribourg Région et l'OTV. Ces applications permettent aux détenteurs de smartphone de découvrir l'offre touristique et rassemblent toutes les informations nécessaires à un séjour dans notre région.

S'agissant des centres d'intérêt des internautes, il est intéressant de relever que les pages en français les plus consultées sont : le calendrier des

manifestations, les manifestations, suivi ensuite de l'hébergement et sports/loisirs. En allemand, les pages les plus consultées sont : hébergement, calendrier des manifestations, hôtels en ligne et sports/loisirs.

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

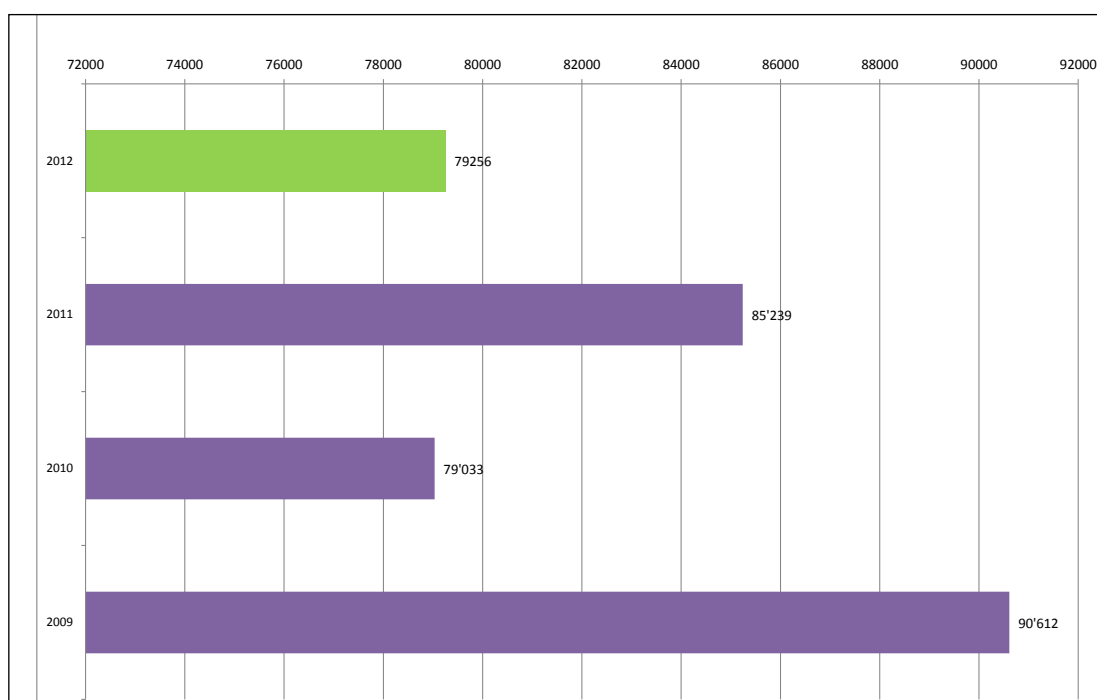
Pour les pages en anglais, nous retrouvons la même logique avec en tête des pages consultées « hôtels en ligne ».

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. La cible des 25-34 ans est la plus présente, avec un équilibre hommes-femmes.

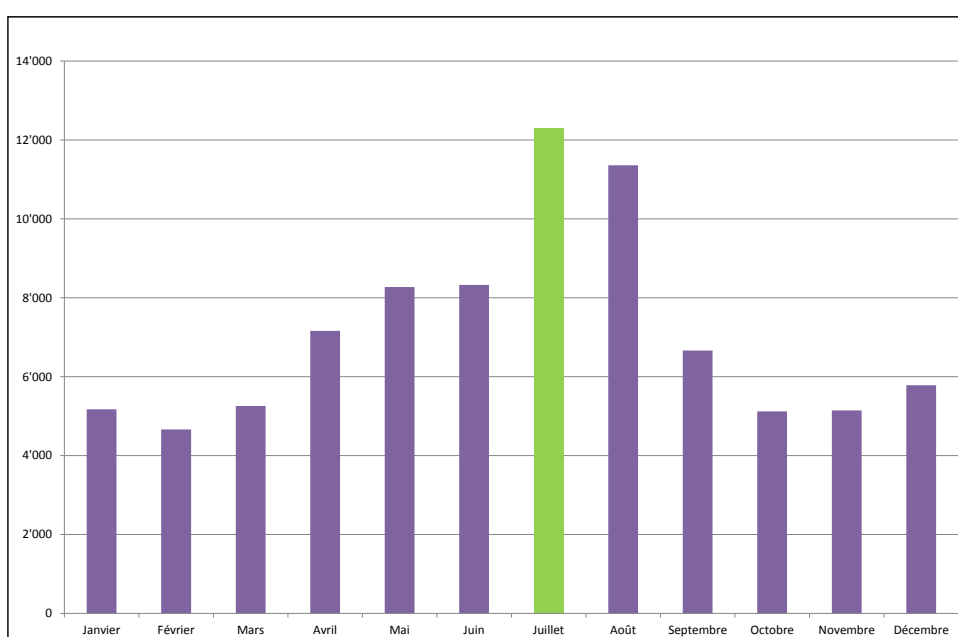
Nombres de visites du site internet 2009-2012



Marketing & Promotion

Chiffres clés internet	2011	2012
Nombre de visites	85'239	79'259
Total des visiteurs uniques	62'811	58'395
Nombre de visites moyen par jour	233.55	217.13
Durée moyenne d'une visite	1 min 58	2 min 21
Nbre moyen de pages vues par visites	3.03	3.03

Nombres de visites par mois



Statistiques du site internet www.estavayer-payerne.ch

Comptes 2012

L'année 2012 a été financièrement saine et se boucle avec un bénéfice de CHF 769.55. L'augmentation des recettes liées aux taxes de séjour ainsi que la diminution des charges liées au personnel (absences maladie prolongées) ont été en partie compensé par des investissements supplémentaires en terme de promotion (refonte du site internet, opportunités de publiereportages, réédition de la brochure La Broye pas à pas) et de manifestations (Itinéraires des crèches, Route du Moût).

De plus, l'Office a doté les réserves constituées en 2011 d'un montant de CHF 16'000.-. Ainsi la réserve «manifestations et action extraordinaire» a été augmentée de CHF 8'000, en prévision des grands événements que sont Air14 et Estavayer2016. La réserve «signalétique et mise en scène» a, quant à elle, été dotée d'un supplément de CHF 8'000.-.

Le bilan et les comptes 2012 peuvent être obtenus auprès d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme.

Comité & Personnel

18 Le Comité

La composition du comité n'a pas connu de changement en 2012, à l'exception d'un des représentants de la Société de développement de Payerne. Suite au renouvellement du comité de la Société de développement, M. Claude Berger a repris la présidence en remplacement de M. Francis Diserens et siège au sein du comité de l'association Estavayer-le-Lac/Payerne en cette qualité.

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

Durant l'année 2012, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a accueilli sa première stagiaire de longue durée (stagiaire MPC). Mme Manon Schmutz, étudiante au GYB, a ainsi débuté son stage de maturité professionnel commercial dès la mi-juillet 2012 pour une durée d'un an.

Mme Déborah Guignard a été remplacée le temps de son congé maternité, soit de fin janvier à fin mai 2012, par M. Grégory Pagiaro.



Comité d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

M. Philippe Butty

Président d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme, représentant de la SD d'Estavayer-le-Lac

M. Dominique Aebischer

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

M. Christian Friedli

Municipal, représentant de la commune de Payerne

Mme Christelle Luisier

Syndique, représentante de la commune de Payerne

M. Michel Zadory

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

M. Gil Borgognon

Représentant de la SD d'Estavayer-le-Lac

M. Claude Berger

Représentant de la SD de Payerne

Mme Jaqueline Rostan

Représentante de la SD de Payerne

M. Laurent Mollard

Directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

Mme Ann-Karin Aebi

Directrice adjointe d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

19

Personnel d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

M. Laurent Mollard

Directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme (100%)

Mme Ann-Karin Aebi

Directrice adjointe d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme (80%)

Mme Chantal Volery

Assistante de direction, responsable comptabilité et hébergement (80%)

Mme Marianne Aeschbacher

Collaboratrice, responsable visites guidées et concerts (50%)

Mme Nathalie Formica

Collaboratrice, responsable marchés et internet (100%)

Mme Déborah Guignard

Collaboratrice, responsable memento et gestion des stocks (50%)

Mme Manon Schmutz

Stagiaire MPC (100%)



ESTAVAYER-LE-LAC PAYERNE & REGION ACTIF PAR NATURE

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac

Rue de l'Hôtel de Ville 16

1470 Estavayer-le-Lac

T +41 (0)26 663 12 37

F +41 (0)26 663 42 07

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch



Office du tourisme de Payerne

Place du Marché 10

1530 Payerne

T +41 (0)26 660 61 61

F +41 (0)26 663 42 07

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch

