

ESTAVAYER-LE-LAC PAYERNE & REGION



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

Rapport d'activité 2019



www.estavayer-payerne.ch

Mot de la Présidente	p. 3
Mot de la Directrice	p. 3
Missions, valeurs et objectifs	p. 4
Nos missions	p.4
Nos valeurs	p.4
Organisation	p. 5
Membres de l'Assemblée Générale	p. 5
Équipe opérationnelle	p. 5
Hébergement	p. 6
Statistiques d'hébergement	p. 6
Information et accueil	p. 7
Guichet, fréquentation, tâches	p. 7
Billetterie	p. 7
Produits touristiques	p. 8
Calèches «Nature & Saveurs»	p. 8
Découvertes de la Grande Cariçaie	p. 8
Visites guidées	p. 8
Manifestations	p. 9
Soutenues financièrement par EPT	p. 9
Co-organisées et organisées par EPT	p. 10
ArtiChoke	p. 12
Le festival	p. 12
Le parcours	p. 13
L'organisation	p. 14
Promotion	p. 15
Campagne été - Marché Suisse	p. 15
Campagne France	p. 16
Campagne Allemagne	p. 16
Plateforme touristique de la COREB	p. 17
Stand promotionnel de Lully	p. 18
Communication	p. 19
Brochures	p. 19
Site internet	p. 20
Réseaux sociaux	p. 21
Finances	p. 23

MOT DE LA PRÉSIDENTE

A la tête de l'Association d « Estavayer-le-lac/Payerne » depuis le mois de mai 2019, je suis ravie d'accompagner une structure en pleine évolution.

Notre équipe travaille à faire connaître la marque «Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme» en la positionnant comme une destination à part entière dans le paysage touristique valdo-fribourgeois, suisse et européen.

Nous avons la chance de pouvoir nous appuyer sur une offre importante, tant en qualité qu'en quantité. Région au riche passé, aux nombreuses activités sportives et culturelles, au patrimoine gustatif et à une nature intacte, des points d'accroche à promouvoir dans un esprit de tourisme durable et responsable. Si la vie touristique est bien implantée d'avril à septembre, notre défi reste de prolonger la saison touristique au-delà des beaux jours.

Nos événements et animations dynamisent la région et attirent de nombreux visiteurs.

Une autre composante essentielle de l'offre touristique repose sur la création et le développement de produits de l'Office du tourisme, et sur nos partenaires en hébergement.

En parallèle, nous avons multiplié les rencontres avec les acteurs de la région afin d'accroître encore les collaborations.

Cet exercice 2019 se boucle sur un résultat positif, exercice toujours tendu au vu des nombreuses sollicitations qui nous parviennent de part et d'autre. Nous devons faire attention de ne pas diluer nos actions ce qui limiterait les possibilités d'atteindre nos objectifs.

Je tiens à remercier ici toutes les collaboratrices pour leur formidable engagement et toute l'énergie qu'elles ont déployée, et un merci particulier pour notre Directrice Myriam Dégallier.

Ma reconnaissance s'adresse aussi à mes collègues de l'Association d «Estavayer-le-lac/Payerne ».

**Anne Meyer Loetscher, présidente
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme**

MOT DE LA DIRECTRICE

L'année 2019 a été très riche, notamment au niveau des événements. En effet, les manifestations bisannuelles, telles que le Festival des Roses, la Fête Médiévale et la Braderie de Payerne, ont eu lieu cette année.

Au niveau de l'association touristique, c'est surtout le grand projet ArtiChoke qui a occupé une partie de nos forces. Ce projet un peu fou, mais surtout très original, a été imaginé par une de nos collaboratrices lors de la réalisation de son travail de Bachelor. D'une idée, c'est devenu un projet et enfin une très belle réalisation. La mise en place de ce parcours d'art urbain dans la ville d'Estavayer-le-Lac a nécessité beaucoup de patience, de passion, de persuasion et d'heures de travail, mais le résultat est sans contexte une très grande réussite. C'est le fruit d'un travail d'équipe au sein de l'association touristique ainsi que celui d'un comité d'organisation enthousiaste et motivé. Le succès de la manifestation a prouvé que le concept plaît et la couverture médiatique des œuvres du parcours montre que

l'originalité et le décalage harmonieux entre le style médiéval et contemporain permet de promouvoir la région. Il s'agit maintenant de continuer le développement du parcours et de capitaliser sur sa force de promotion.

Bien entendu, le travail de l'association touristique ne s'est pas limité à la mise en place d'ArtiChoke. D'autres produits ont été créés, tels que les visites guidées de la Grande Cariçaie sur des thèmes spécifiques. Le succès encourageant de la première année confirme que de telles expériences spécifiques sont très appréciées et très demandées du public.

Les différentes missions de l'association régionale touristique ont été réalisées avec une orientation client et l'envie permanente d'améliorer les offres et les services proposés. Toutes les tâches de l'association ont pu être réalisées avec professionnalisme, grâce à une équipe opérationnelle motivée, créative, flexible et avec un grand intérêt pour le développement de la région. Je profite de l'occasion pour remercier toutes les collaboratrices pour leur engagement, leur travail et leur soutien.

**Myriam Dégallier, directrice
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme**

MISSIONS, VALEURS ET OBJECTIFS

ORGANISATION

Nos missions

Accueil, Information et Service	Assurer l'accueil et l'information auprès des hôtes et de la population locale.
Marketing	Réaliser des actions de promotion auprès de la clientèle extérieure à la région et créer et commercialiser de nouveaux produits.
Manifestations et Animations	Favoriser, soutenir, créer et coordonner des animations et manifestations locales et régionales.
Conditions -cadres et Gouvernance	Contribuer à la mise en place de conditions-cadres et de structures institutionnelles qui favorisent le développement touristique de la région.

Nos valeurs

Communication Ecoute	Nous portons une attention particulière à la qualité de notre communication et à l'échange transparent de l'information. Notre but est de construire des relations solides avec nos partenaires, basées sur le partage et l'écoute.
Collaboration Esprit d'équipe	Notre objectif est d'associer l'esprit d'équipe au respect de l'individu et des choix collectifs. Nous accordons beaucoup d'importance à la collaboration avec les acteurs touristiques régionaux et cantonaux.
Ouverture Flexibilité	Curieux et ouverts aux changements, nous avons le souci de répondre au mieux aux évolutions du secteur touristique. Notre flexibilité permet de répondre avec professionnalisme aux différents besoins de nos hôtes.
Initiative Développement	Nous manifestons notre volonté d'être en permanence à la recherche d'innovations et de nouvelles offres touristiques. Nous nous engageons à développer un tourisme respectueux des besoins des indigènes et de notre environnement naturel.
Régionalité Synergie	Nous cherchons toujours à arriver à un résultat plus favorable en regroupant nos aptitudes et nous voulons rassembler les différentes compétences et forces qui nous entourent. Nous avons à cœur de mettre nos différences au service d'une région.
Attractivité Modernité	Nous avons l'ambition de rendre notre destination attrayante en conciliant tradition et modernité. Nous voulons que des infrastructures de qualité et « high tech » ainsi que des offres novatrices permettent une mise en valeur de notre culture et de nos paysages.

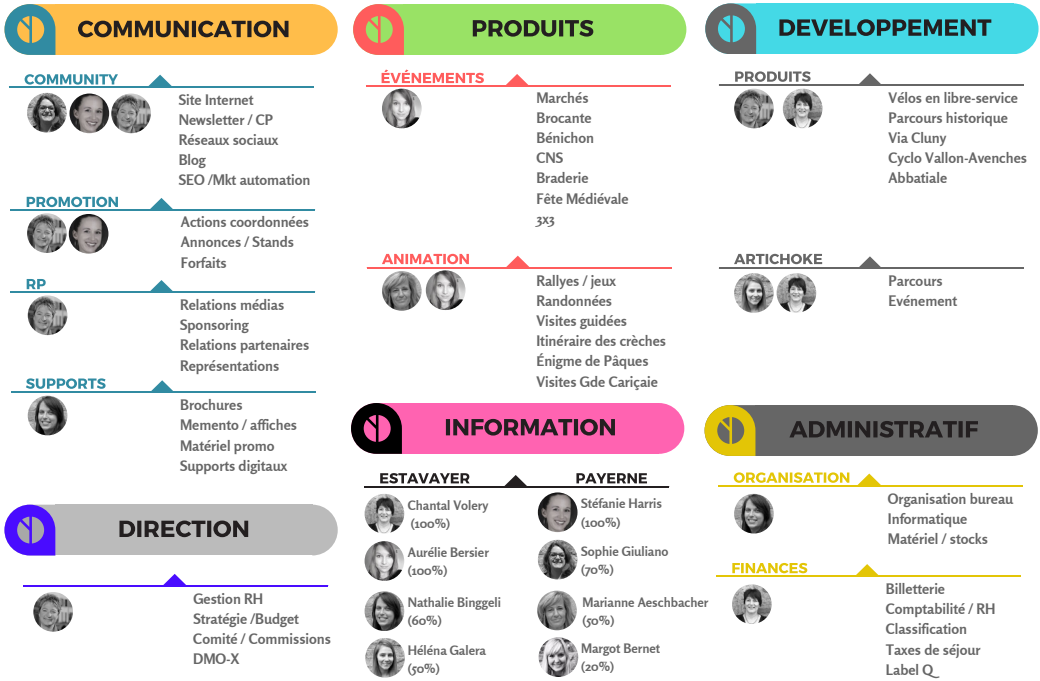
Membres de l'Assemblée Générale

L'Assemblée Générale est formée de huit membres représentant les communes et les sociétés de développement (SD) de Payerne et d'Estavayer.

Meyer Loetscher Anne, Présidente, représentante de la SD d'Estavayer et environs
Bersier André, Vice-Président, représentant de la commune de Payerne
Luisier Christelle, représentante de la commune de Payerne
Balzli Patrick, représentant de la SD de Payerne
Zeiter Pierre-André, représentant de la SD de Payerne
Borgognon Gilles, représentant de la SD d'Estavayer et environs
Ménétrey Samuel, représentant de la commune d'Estavayer
Rey Eric, représentant de la commune d'Estavayer

Équipe opérationnelle

Neuf personnes, représentant 6.5 équivalents plein temps, travaillent au sein de l'association touristique. L'organisation mise en place permet à chaque collaboratrice de se spécialiser dans son domaine de compétences afin d'améliorer la qualité générale des services fournis par l'association.



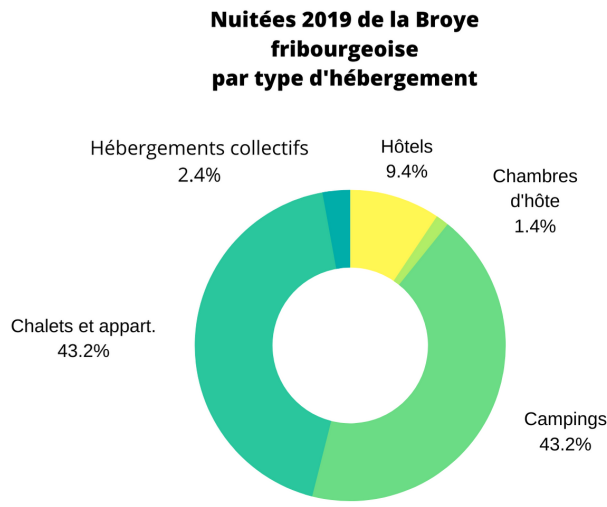
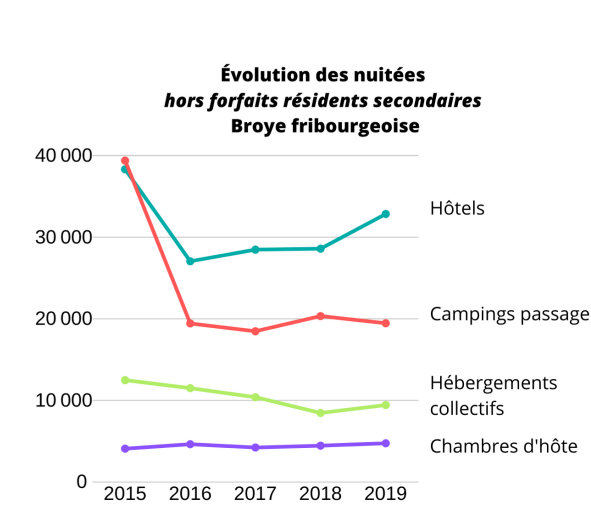
HÉBERGEMENT

Statistiques d’hébergement

Les nuitées principales de notre région (environ 80%) étant faites par des résidents secondaires qui payent une taxe de séjour au forfait, il y a très peu d’évolution des nuitées d’une année à l’autre. Néanmoins, nous constatons une augmentation intéressante des nuitées en hôtellerie de presque 15%, par rapport à 2018.

Une partie de cette augmentation est due à l’ouverture du nouveau centre de santé La Pierre Blanche à Estavayer-le-Lac. Les nuitées en chambre d’hôte ont également bien progressé en 2019 par rapport aux années précédentes et n’ont pas été aussi nombreuses depuis 2014.

L’hébergement de groupe a également connu une belle année 2019 avec une augmentation d’environ 11% des nuitées par rapport à l’année précédente. Par contre, de manière générale, les forfaits des propriétaires, que ce soit en chalet, en appartement, en bateau ou en camping ont diminué. Il s’agit probablement de propriétaires qui ont décidé d’établir leur domicile fiscal dans la région et qui, de fait, ne sont plus soumis aux taxes de séjour.



INFORMATION ET ACCUEIL

Guichets Fréquentation, tâches

La mission principale de nos deux points d’information est l’accueil et l’information à la clientèle touristique. De plus, des services à la population y sont également proposés, tels que la billetterie et la vente des cartes journalières CFF des communes d’Estavayer et de Payerne.

Pendant les mois de mai à septembre, les guichets étaient ouverts le samedi et même quelques dimanches, à l’occasion du festival ArtiChoke, de la brocante d’Estavayer-le-Lac ou encore de la Bénichon. La fréquentation des points d’information (plus particulièrement celui d’Estavayer-le-Lac) augmente de manière significative durant l’été, spécialement lors d’événements qui attirent des visiteurs d’au-delà de nos frontières régionales.

Un nouveau dépliant a fait son apparition parmi notre assortiment : il s’agit de celui qui concerne le parcours d’art urbain ArtiChoke. Le point d’information d’Estavayer-le-Lac a même étoffé son stock avec du merchandising ArtiChoke à vendre ainsi que le portfolio des œuvres, qui a séduit nombre de curieux et d’amateurs d’art.

Billetterie

Près de 4’500 billets de spectacles, manifestations et transport ont été vendus ou distribués induisant des transactions se montant à CHF 210’000.-. Ces chiffres ont toutefois diminué par rapport aux années précédentes, le service de billetterie étant de plus en plus offert en ligne. Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a adhéré à ce nouveau mode de réservation en ayant conclu des partenariats avec diverses entreprises spécialisées.

En 2018 déjà, la vente des cartes journalières CFF a connu une baisse considérable. La raison est probablement liée à l’accroissement des offres de billets dégriffés proposés par la régie fédérale. Afin d’éviter une perte financière, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a cessé de proposer ce service à Payerne dès décembre 2019. Elle cessera également de le proposer à Estavayer dès mai 2020.



PRODUITS TOURISTIQUES

Calèches «Nature et Saveurs»

Cette année, le produit « Calèches Nature et Saveurs » a connu une légère baisse d’attractivité de la part des visiteurs. En effet, il y a eu quatre sorties en moins et seulement 94 personnes transportées contre 182 en 2018.

Une nouvelle sortie spéciale à destination de Cheyres a notamment dû être annulée car il n’y avait pas assez d’inscrits. Il a cependant été déduit que cela devait en partie être dû à la date de cette sortie qui tombait sur un week-end prolongé (Fête Dieu). Concernant les trois autres sorties spéciales à destination de Portalban, aucune n’était complète. Pour ressortir une tendance de cette saison, ce sont les mois d’août et septembre qui ont le mieux fonctionné et la destination de Portalban qui a attiré le plus de monde.

Découverte de la Grande Cariçaie

Après un premier test en 2019, plusieurs visites de la Grande Cariçaie accompagnées par une biologiste ont été organisées. Les thèmes proposés variaient selon les saisons afin de proposer des expériences différentes, de même que le moyen de locomotion. Des visites à pied ont permis aux participants de découvrir les rainettes, les castors et les oiseaux migrateurs. Une visite en canoë ainsi qu’une visite à vélo étaient également proposées.

Ces sorties découvertes ont connu un joli succès qui nous motive à les mettre également au programme de 2020. Ce sont également des expériences qui sont très attractives dans le cadre d’action de promotion et auprès des médias.

Visites guidées

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

En 2019, une nouvelle visite guidée a été mise sur pied afin de proposer une découverte complète du parcours ArtiChoke. Les guides ont donc spécialement été formés pour expliquer les œuvres de street art qui ont vu le jour dans quelques recoins de la ville.

MANIFESTATIONS

Manifestations soutenues financièrement par Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

L’année 2019 fut particulièrement riche en manifestations pour la région d’Estavayer-le-Lac/Payerne, étant donné que plusieurs événements bisannuels ont eu lieu. Parmi eux, on comptait par exemple la Braderie à Payerne ou encore le Festival des Roses et la Fête Médiévale à Estavayer-le-Lac.

Deux nouvelles manifestations d’ampleur moyenne à grande ont notamment vu le jour : Urban Baz’Art à Payerne et ArtiChoke à Estavayer-le-Lac. Ces différents événements jouent un rôle majeur pour la promotion de la région et permettent d’amener un large public ce qui engendre des retombées économiques directes pour les commerçants, hôteliers et restaurateurs. Pour ces diverses raisons, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme en soutient plusieurs financièrement et contribue largement à leur promotion.

- 5.1
22 au 24.2
8 au 11.3
19.4
5.5
11.5
24 au 26.5
8 et 9.6
14 au 16.6
27 au 29.6
5 et 6.7
5 au 7.7
12 au 14.7
18 au 20.7
20.7
31.7 au 4.8
3 au 11.8
9 au 11.8
18.8
31.8
31.8 et 1.9
12 au 14.9
27 au 29.9
10 au 13.10
7 et 8.12
8.12
- Bal du Petit Nouvel-An Payerne
Carnaval Estavayer-le-Lac
Brandons Payerne
Concert de Pâques Payerne
Ouverture du Village lacustre Gletterens
Urban Baz’art Payerne
Festival du jeu Ludimania’K Estavayer-le-Lac
Elsa Bike Trophy Estavayer-le-Lac
Festival des Roses Estavayer-le-Lac
Red Pigs Festival Payerne
Braderie Payerne
ArtiChoke Estavayer-le-Lac
Festi’Cheyres Cheyres
Swing in the Wind Estavayer-le-Lac
Wake the beach up Estavayer-le-Lac
Estivale Open Air Estavayer-le-Lac
Rassemblement préhistorique Gletterens
Newstock Festival Payerne
Fête de la préhistoire Gletterens
Course de caisses à savon Estavayer-le-Lac
Championnat de tir à la sagaie Gletterens
Taverne des Poètes Estavayer-le-Lac
La Fête Médiévale Estavayer-le-Lac
Salon des dégustations Payerne
Marché de Noël Estavayer-le-Lac
Concert de Noël Estavayer-le-Lac

2019

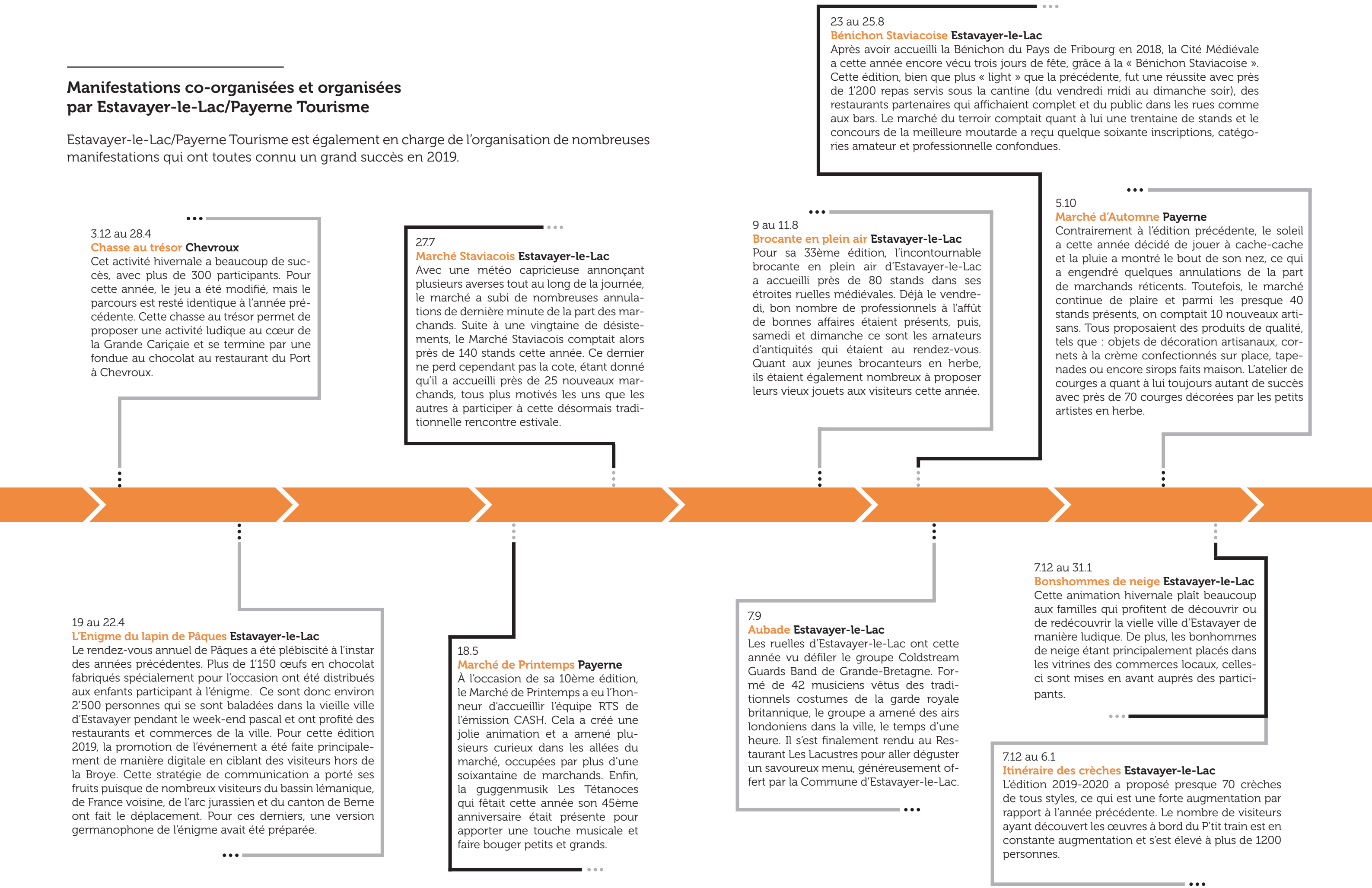
36
manifestations
soutenues
financièrement
par l’OT

dont

14
co-organisées
et organisées
par l’OT

Manifestations co-organisées et organisées
par Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme est également en charge de l'organisation de nombreuses manifestations qui ont toutes connu un grand succès en 2019.



ARTICHOKE

Le festival

L'itinéraire d'art urbain ArtiChoke et son festival inaugural ont officiellement révélé la ville d'Estavayer-le-Lac comme référence en matière de street art en Suisse Romande.

Du 5 au 7 juillet 2019, les arts de la rue se sont emparés de la cité médiévale, méconnaissables par tant de décorations réalisées par l'association ArtMur avec la précieuse aide d'institutions de la région comme le CEP, la Rosière et l'EMS Les Mouettes à Estavayer ou encore la fondation Verdeil à Payerne.

Une ambiance singulière et infiniment créative s'est alors installée, offrant gratuitement au public ateliers, démonstrations, concerts, fresques participatives, expositions temporaires dans des locaux insolites. Ces festivités inauguraient un parcours novateur d'œuvres peintes, sculptées, brodées ou poncées qui avaient progressivement fait leurs arrivées remarquées depuis le mois de septembre 2018.

Le festival de juillet a accueilli 15'000 visiteurs, preuve d'un engouement pour l'art jusqu'alors très discret dans la région. Un intérêt qui dépasse les frontières régionales puisque les deux visites guidées gratuites du week-end ont compté des amateurs genevois, valaisans, suisses alémaniques ou encore français. Le résultat de cette première édition se clôt dans les chiffres noirs.

Publication de @globalstreetart : 2051 j'aime, followers internationaux !



Le parcours

L'évolution du parcours a valu la parution de nombreux articles dans les journaux La Liberté, La Broye, Le Républicain, le 24Heures, Loisirs.ch ou les magazines Le Temps, Femina et Coopération. Kombini, un média français très en vogue en ce moment, a même proclamé Estavayer comme la capitale romande du street art.

Le parcours a également attiré les journalistes du petit écran avec un reportage de la chaîne allemande Die Deutsche Welle mettant à l'honneur Raquel Rodrigo et sa broderie XXL de la Grand-Rue 40 (photo ci-dessous).



Une émission touchante signée « Passe-moi les jumelles » sur l'artiste LPVD*A et son œuvre à la rue du Musée a marqué les esprits. L'œuvre fut également l'objet d'un reportage de La Télé. Celle-ci s'est d'ailleurs déplacée une deuxième fois lors du Festival, mettant à l'honneur l'artiste staviacois Relovn et la manifestation. Le concept a suscité l'enthousiasme des internautes sur les réseaux sociaux, dépassant largement la présence locale.

En moins d'une année, les comptes Instagram et Facebook du projet ont dépassé respectivement les 1'800 et 1'600 followers, alors que le record de la publication la plus populaire, couvrant le sujet de l'œuvre Land art de Saype, eut une portée de plus de 36'000 personnes. L'accueil d'artistes étrangers ou de renommée internationale a permis un taux de partage très intéressant, généré par les fans, acteurs ou influenceurs de la communauté street art, très active sur le net.

Bien que l'œuvre de Saype et la fusée de François Burland ne soient plus d'actualité, le parcours reste visitable toute l'année et pour une durée indéfinie. Le visiteur a le choix de découvrir les œuvres avec la carte itinéraire distribuée gratuitement à l'Office du Tourisme, un portfolio comprenant les photographies et explications de chaque œuvre vendu à CHF 15.-, ou encore avec une visite guidée.

PROMOTION

L’organisation

A l’origine de ce projet, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a investi des ressources financières, mais surtout humaines afin que ce projet voie le jour. De janvier à juillet 2019, les tâches liées à ArtiChoke représentaient l’intense occupation de deux collaboratrices, pour un EPT d’environ 1,3. L’union des forces de l’Office du Tourisme pour le développement du parcours et de l’association ArtMur pour l’organisation de l’événement permet le succès et l’ampleur de cette première tentative.

La reconduite de la manifestation et l’agrandissement de l’itinéraire sont souhaités et en cours de réflexion.

Anamorphose - Saype



Publireportage Velojournal – juin 2019



Publireportage dans le magazine Fritz und Fränzi juillet 2019



Post Facebook sur la page Freizeit.ch mai 2019

Campagne France

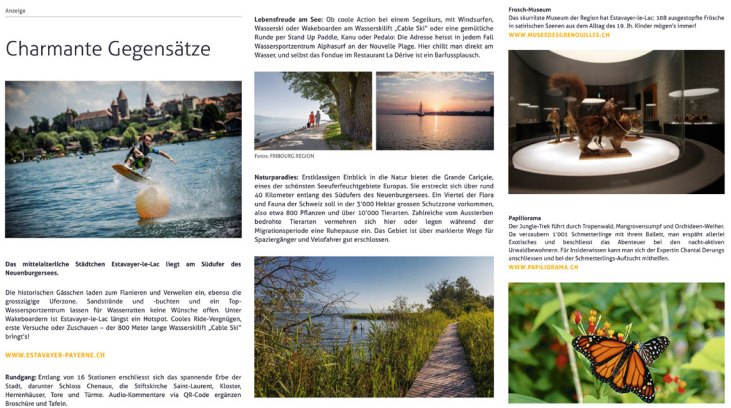
Dans le cadre des actions de promotion sur la France, une collaboration est faite avec le bureau français de Suisse Tourisme qui connaît parfaitement le marché. Une des actions importantes de 2019 a été d'accueillir le voyageur-blogueur Bruno Maltor dans le cadre d'une action avec le journal Le Figaro. Ceci a permis d'avoir de la visibilité sur la version print, mais également dans des newsletters, blogs et sur les réseaux sociaux. Nous avons également pu profiter de la communauté importante qui suit l'influenceur.



Extrait de publication digitale dans le Figaro

Campagne Allemagne

Notre deuxième marché étranger en termes d'importance est l'Allemagne et plus précisément le sud de l'Allemagne. En 2019, nous avons notamment reconduit la collaboration avec le journal Süddeutschezeitung qui nous permet d'avoir une grande couverture médiatique dans la région.



Publireportage digital dans le Süddeutschezeitung

Plateforme touristique de la COREB

Dans le cadre de la collaboration avec les destinations de Moudon, Avenches et Morat ainsi qu'avec la COREB, un grand projet de création de vidéos de promotion a débuté en 2019. Le but est d'avoir du matériel professionnel à publier sur les différents supports.

Dans un deuxième temps, il est prévu d'acheter des espaces médias afin de publier ces vidéos. Le travail de coordination n'est pas évident lorsqu'il s'agit d'une région avec autant de produits touristiques. Un ciblage a donc été fait afin de communiquer le bon message aux bonnes personnes.

Extrait de la vidéo sur le thème « nautique chill »



COMMUNICATION

Stand promoitionnel de Lully

Entre les mois de juillet et septembre, un stand promotionnel de la destination a été monté dans le restoroute de la Rose de la Broye à Lully (FR). Il était décoré sur le thème d'ArtiChoke avec de nombreuses pièces récupérées du festival et avait pour but de mettre en avant ce nouveau parcours d'art urbain. Une fresque participative invitait le visiteur à faire parler sa créativité grâce aux craies mises à disposition sur place.

Quelques brochures étaient à disposition sur le stand : l'infoguide, la carte cyclo, la brochure Mood ainsi que les pocketcards et bien sûr le dépliant ArtiChoke invitant à découvrir l'itinéraire.

Environ 400 personnes ont pris part au concours qui permettait de remporter un forfait séjour romantique à Estavayer-le-Lac.



Brochures

Malgré une diminution sensible du nombre de brochures distribuées, ces supports restent très importants pour les visiteurs dans notre région.

Plan de ville d'Estavayer-le-Lac En 2019, il a été complètement revu au niveau du contenu et de sa présentation. En format « pocket », le nouveau plan propose avec un design moderne l'ensemble de l'offre touristique.

Carte cyclotourisme Revue en 2018, elle a été légèrement modifiée en 2019 et réimprimée pour l'ensemble des régions de la Broye et du lac de Morat.

Afin de garantir aux visiteurs la disponibilité de ces supports d'information pendant leur séjour, deux distributions actives en avant-saison ont été organisées auprès de tous les partenaires touristiques de la région.

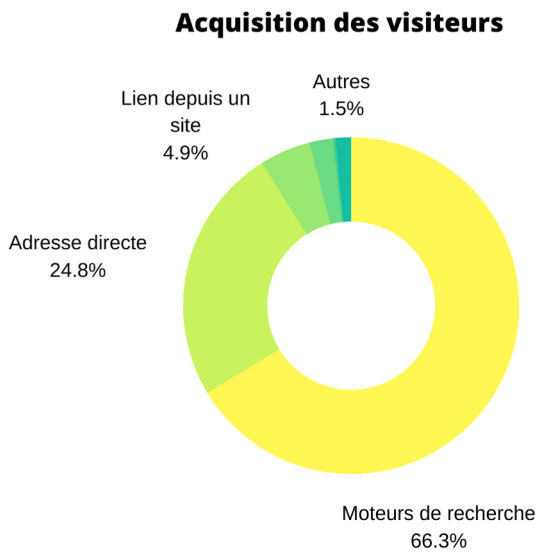
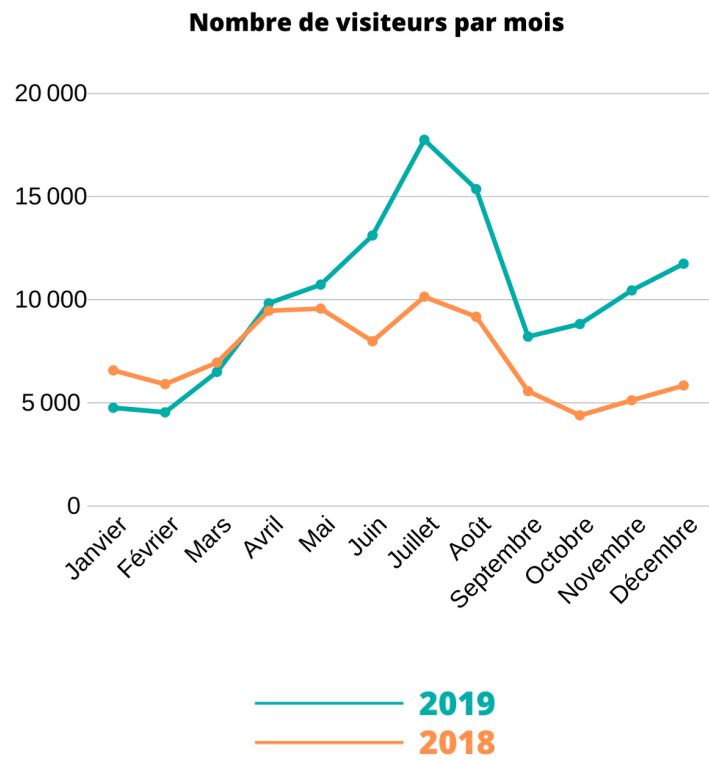


Site internet

Durant l’année 2019, le site web a continué sa mue qualitative. Les changements sont peu visibles à l’œil nu mais conséquents en termes de référencement notamment sur le moteur de recherche Google. En effet, un gros travail a été effectué sur les mots-clés francophones afin de mieux positionner le site web. Fin 2019 et en 2020, l’optimisation du site pour les moteurs de recherche sera élargie au mots-clefs allemands.

De plus, une grande quantité de textes ont été retravaillés afin, petit à petit, d’uniformiser le langage employé, de nombreuses photos ont été ajoutées, améliorées et plusieurs rubriques ont été développées. Une réorientation touristique quant à la mise en avant de certains évènements a été pensée et initiée.

Pour finir, le site web a été mis à jour plus régulièrement pour « coller » parfaitement à l’actualité touristique relayée notamment par le biais des médias sociaux. La coordination de la communication sur les différents canaux s’est affinée et sera encore peaufinée en 2020 afin d’obtenir une communication digitale percutante. Les effets de ce travail se font déjà sentir au vu du nombre de visiteurs par mois en augmentation par rapport à 2018.

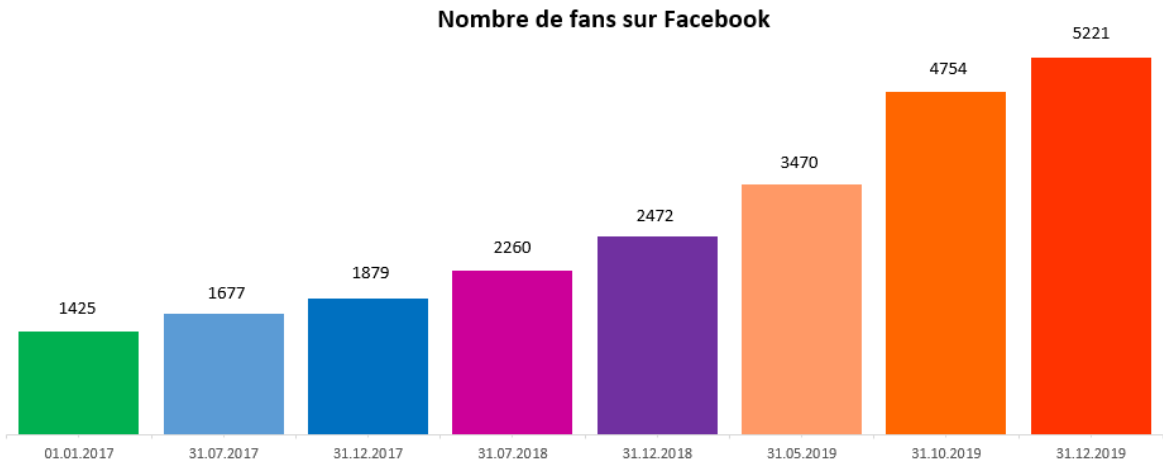


Réseaux sociaux

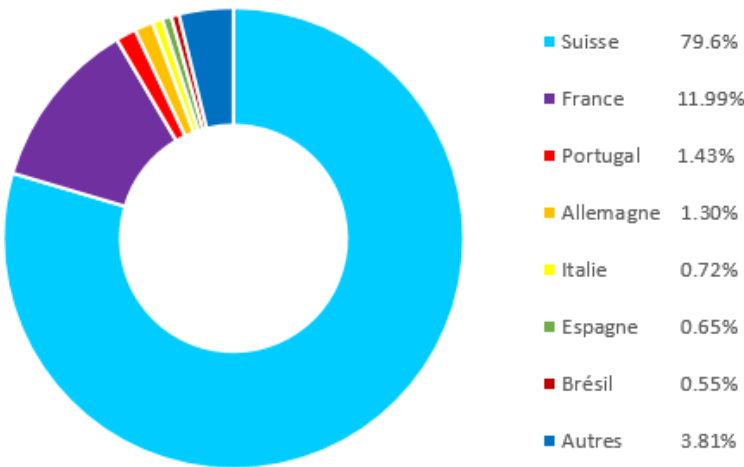
En 2019, l’équipe digitale a poursuivi son travail de réalisation variée et qualitative de publications. Après un brainstorming conséquent, elle a élaboré une stratégie et un calendrier éditorial annuels. Elle a dû, toutefois, s’adapter à l’usage d’un nouveau logiciel de réalisation de vidéos, difficile à la prise en main mais offrant de larges et multiples possibilités.

Le nombre d’abonnés sur **Facebook** comme sur **Instagram** a presque doublé en une année passant respectivement de 2742 à **5213 mentions j’aime** et de 1200 à **2409 followers**. Cette augmentation est le résultat d’une stratégie élaborée avec soin, d’un travail créatif régulier et anticipé mais aussi de promotions (boost, promotions de pages) plus fréquentes et conséquentes.

Les stories ont été également introduites sur Facebook et seront encore davantage utilisées en 2020.



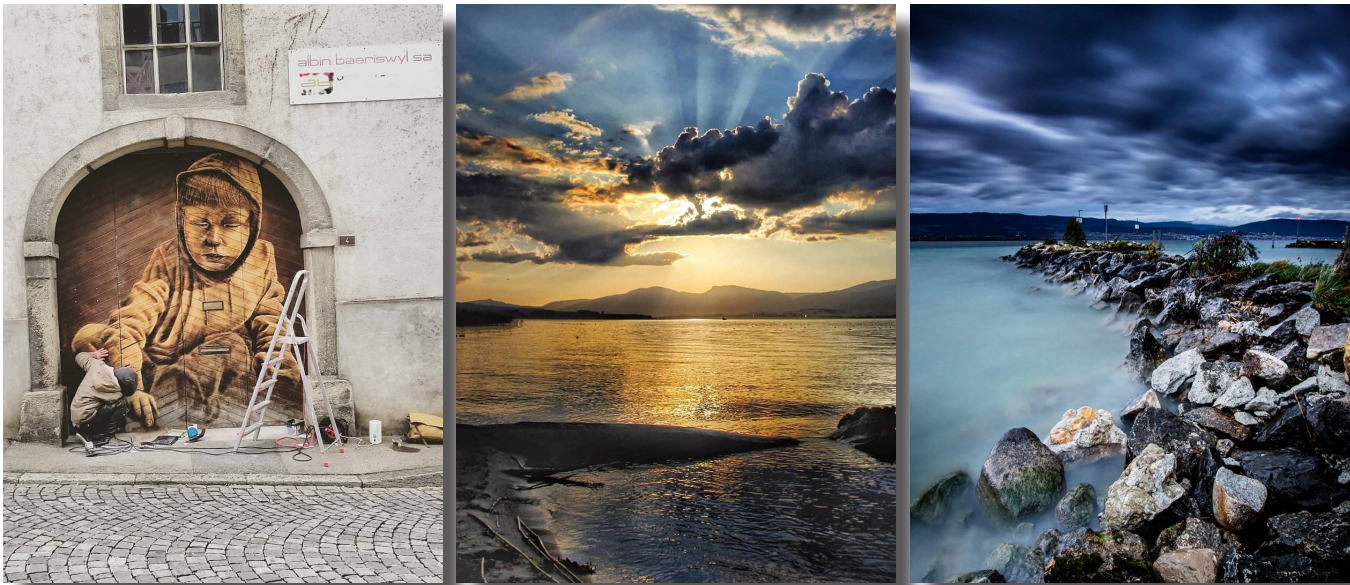
Provenance des abonnés Instagram



FINANCES

Réseaux sociaux

Les trois photos Instagram les plus aimées en 2019

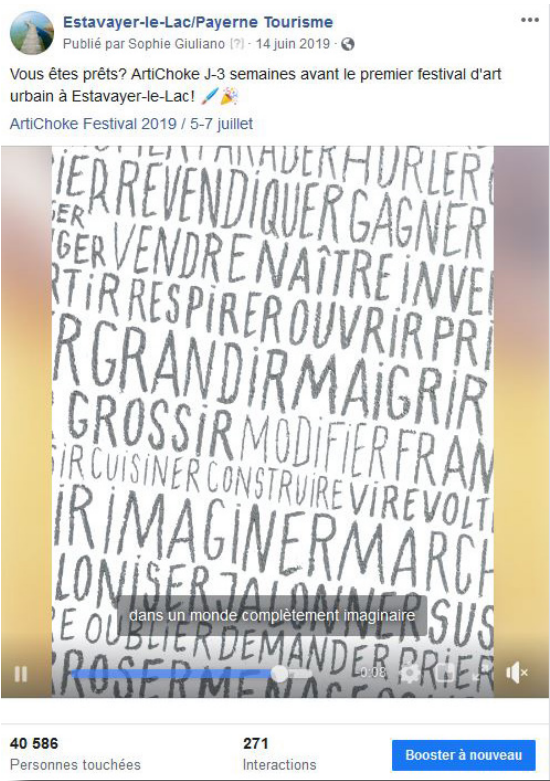


ArtiChoke_LPVDA
Estavayer-le-Lac
13.03.19 @estavayerpayerne

Le Lac
Cheyres
08.10.19 @mariepierreinstant

Le port
Chevroux
03.12.19 @glenn_corminboeuf

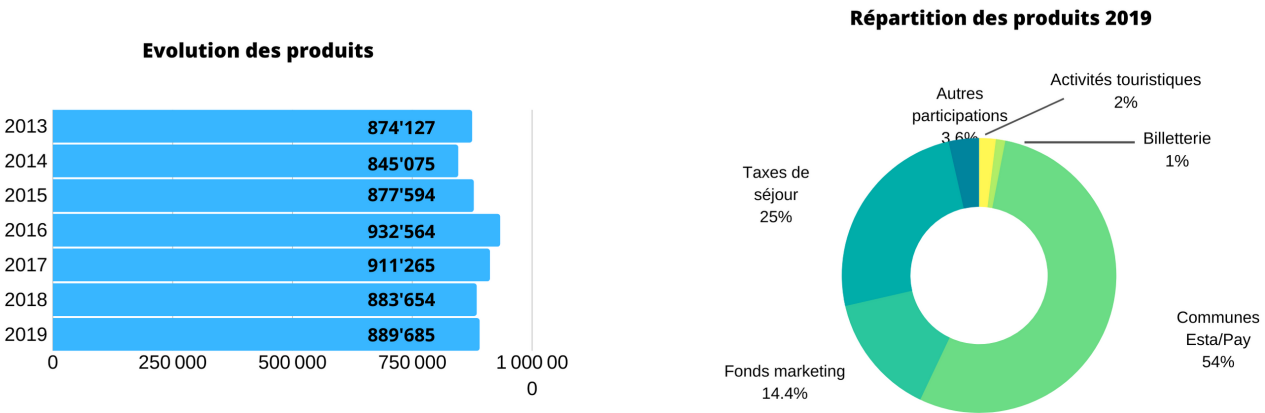
Les deux posts Facebook les plus vus en 2019



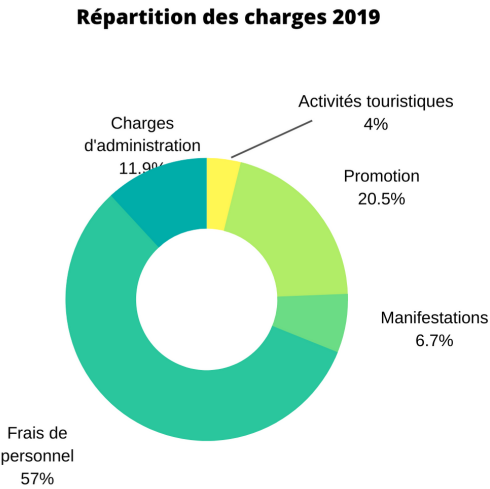
Les produits de l'Association touristique restent relativement stables, car ils dépendent principalement des subventions des communes de Payerne et d'Estavayer qui n'ont pas évolué ces dernières années. La deuxième ressource de l'association provient des taxes de séjour, plus précisément :

- Taxes de séjour de la commune de Payerne
- Taxes de séjour régionales de la Broye fribourgeoise
- Taxes de séjour locales du périmètre de la SD d'Estavayer

Ces produits des taxes de séjour représentent un montant de CHF 228'366 pour 2019 et sont en hausse d'environ 5'000 par rapport à 2018. Ceci est dû à l'augmentation des nuitées hôtelières dans la région d'Estavayer. Environ 80% des taxes de séjour proviennent des forfaits annuels des propriétaires qui ne subissent quasiment pas de modification d'une année à l'autre.



En tant que société de services, les charges principales de l'association sont les charges de personnel. Les frais de promotion/communication représentent le 20% des charges et sont en légère augmentation par rapport à 2018. Les manifestations sont également une part importante des charges de l'association, que ce soit sous forme de subvention ou d'organisation d'événements.



**ESTAVAYER-LE-LAC /
PAYERNE TOURISME**

Rue de l'Hôtel-de-Ville 5
1470 Estavayer-le-Lac
T. +41 (0)26 662 66 80

Place du Marché 20
1530 Payerne
T. +41 (0)26 662 66 70

tourisme@estavayer-payerne.ch
www.estavayer-payerne.ch

 facebook.com/estavayerpayerne
 instagram.com/estavayerpayerne



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

