

Estavayer-le-Lac & Payerne Tourisme

Rapport d'activités 2008-2009

Propos Introductifs	2
Stratégie et Missions.....	3
Représentations	7
Développement Régional	8
Manifestations	9
Organisation de l'Office du Tourisme	11
Promotion et stratégie promotionnelle.....	14
Résultats et Statistiques.....	22
Remerciements.....	25

Propos Introductifs

Notre association Estavayer-le-Lac & Payerne Tourisme soufflera en mai 2010 ces trois années d'existence. Trois années intenses et productives, qui ont permis d'asseoir cette association touristique intercantonale dans le paysage broyard et au delà. Au travers de plusieurs représentations déléguées à notre association, nous sommes devenus le répondant régional pour les questions touristiques et un acteur central dans les relations avec les acteurs cantonaux du tourisme.

Les nombreuses sollicitations auxquelles doit répondre un office du tourisme peuvent parfois diluer ses actions et limiter les possibilités d'atteindre ces objectifs. Mais nous avons suivi au plus près la vision stratégique et les missions que nous nous étions fixées à la fin 2007, nous sommes parvenus à garder le cap. Le positionnement très marqué sur la Grande Cariçaie et sur la mobilité douce dans notre communication s'avère un choix payant, nous continuerons à promouvoir et développer un tourisme durable et responsable. Nous présentons, ci-après, un état d'accomplissement des missions et objectifs de 2007 et une mise à jour de celles-ci.

Les manifestations représentent souvent la part la plus visible du travail de l'office du tourisme, mais ce n'est pas pour autant un gage de valeur ajoutée touristique. Nous avons voulu distinguer les manifestations qui permettent de générer une activité touristique ou de produire un impact médiatique de celles à caractère plus local et social. Au travers de quelques critères, nous pouvons investir au mieux et suivant notre mission première, qui est de générer une activité touristique.

L'organisation interne de l'office du tourisme a été affinée pour obtenir une meilleure adéquation des profils des membres de l'équipe aux principaux postes. Ainsi, les tâches respectives ont été précisées pour permettre à chaque collaboratrice de mener à bien les projets qui leur étaient dédiés.

La promotion est une part essentielle de notre activité. Au-delà des annonces publicitaires, l'activité promotionnelle est variée et nécessite des collaborations entre les destinations pour atteindre une taille suffisante. Dans cette optique, nous sommes souvent associés à Avenches et Moudon, mais également à la « Région du Lac de Morat » qui partage un positionnement relativement similaire et jouit d'une bonne notoriété auprès de nos publics-cibles. Dans le même temps, il a fallu produire un ensemble de matériel promotionnel et de documents d'information ce qui a changé radicalement la manière dont la région se présente à l'extérieur.

Les résultats de ces efforts se traduisent de diverses façons, nous présentons l'évolution des moyens et leurs affectations, mais également quelques éléments statistiques pour avoir une vue plus synthétique. Bonne lecture !

Stratégie et Missions

Lors de la création de l'association, nous avons procédé à une analyse classique de notre situation sur le marché touristique suisse. Plusieurs constats avaient alors permis d'élaborer une stratégie claire composée d'une vision stratégique, de huit missions distinctes et de plusieurs objectifs en conséquence. Nous avons suivi cette orientation durant les années 2008 et 2009, et nous proposons de présenter dans un premier temps l'état d'avancement de ces missions. Dans un second temps, nous formulons une mise à jour des missions et objectifs de l'association Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme.

Notre Vision a légèrement évolué pour :

"Devenir une marque d'envergure nationale, fortement associée à la « Région du Lac de Morat », et une référence dans le tourisme durable en Europe".

Nos missions établies en 2007 se présentent ci-dessous en *italique*, l'état d'avancement est présenté en dessous :

- 1) *Renforcer la position centrale de l'association Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme dans la Broye;*

Nous avons pleinement rempli cette première mission, l'accomplissement de ceci se présente de plusieurs manières :

- Après avoir pris la direction de l'ATB (Association du Tourisme Broyard) en 2007, nous avons décidé avec les partenaires des OT de dissoudre cette association en vue d'un rapprochement avec la COREB (Comité Régional de la Broye). Ainsi, une plateforme de coordination a été mise en place entre les OT d'Avenches, de Moudon et Estavayer-le-Lac/Payerne, pour laquelle nous assurons la direction ;
- Nous avons participé activement à la rédaction de la stratégie économique régionale (SER) de la COREB, et nous représentons les OT dans la commission tourisme de cette dernière. Nous émettons les préavis pour tous projets touristiques broyards faisant appel à un soutien des pouvoirs publics. Nous préparons également le budget de la commission tourisme, avec la collaboration des OT broyards ;
- Nous éditons mensuellement un mémento des manifestations couvrant toute la Broye ; Nous coordonnons également la production de documents d'information tels que des guides de randonnées dans la Broye ;
- Le directeur de l'association a été nommé au Comité Directeur de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), pour représenter les

intérêts du tourisme dans la Broye ; Il siège également à la Conférence des directeurs de l'UFT (Union Fribourgeoise du Tourisme), et de l'OTV.

2) *Diffuser une image claire à nos partenaires et aux touristes;*

- Cette étape a nécessité une série d'éléments complémentaires, qui n'étaient pas existants auparavant ;
- Une brochure de présentation générale, visant à séduire, à créer une émotion, une image claire dans l'esprit des futurs touristes (format A4) ;
- Une brochure d'information, un « info-guide », qui présente de manière claire et séduisante les principales possibilités d'hébergement, de restauration, de loisirs, les activités les plus en lien avec notre positionnement et les principales manifestations ;
- Plusieurs visuels pour les foires et autres actions de promotion, qui reprennent les grands thèmes présentés dans les brochures ci-dessus ;
- Site Internet de l'office du tourisme, avec une orientation marquée sur la Grande Cariçaie ;
- Toutes ces productions ont été faites en respectant une charte graphique identique, qui est celle de Fribourg Région (l'Union Fribourgeoise du Tourisme) ;
- La création ou la mise à jour de produits touristiques, tels que le « Safari Nature Grande Cariçaie » ou les « Calèches Nature & Saveurs » ;

3) *Intégrer les partenaires touristiques dans l'établissement d'un tourisme durable, via un processus d'élaboration d'une charte et de labellisation ;*

- Dans le cadre de la sous-commission d'information du Groupe d'Etude et de Gestion de la Grande Cariçaie (GEG), nous avons appuyé une démarche participative pour la rédaction d'une charte de tourisme durable ;
- Nous avons trouvé la plateforme idéale pour réaliser cela dans la Commission Paritaire Consultative de la Grande Cariçaie, présidée par le préfet Christophe Chardonens ;
- Nous avons donc participé activement à la rédaction d'une vision commune d'un tourisme durable, qui est actuellement en cours de validation ;

4) *Augmenter les possibilités d'hébergement en para-hôtellerie et en hôtellerie de trois et quatre étoiles. Ceci en veillant au respect des principes du développement durable ;*

- Dans un premier temps, nous nous sommes attelés à regrouper l'information au travers de canaux différents, puis nous avons pris contact avec les hébergeurs en para-hôtellerie ;
- La recherche de ces informations, la mise en ligne sur Internet et la production d'un carnet regroupant l'offre de para-hôtellerie a pris un

temps considérable, notamment dû au temps de réponse des partenaires, qui ne sont pour la plupart pas des professionnels ;

- Plusieurs personnes intéressées à créer une offre en para-hôtellerie sont venus directement nous voir pour obtenir des conseils et être présent dans notre distribution, ce qui est encourageant pour la suite ;
- Il faut relever ici que les moyens pour mener à bien cette mission sont extrêmement limités, nous ne pouvons que favoriser les conditions cadres et donner une image positive et attrayante de la région ;

5) *Améliorer l'offre de transports publics à destination des touristes ;*

- Il s'agit ici d'un problème d'une grande complexité qui est d'ailleurs l'objet d'une commission ad hoc au sein de la COREB, il nous a donc été difficile d'apporter une amélioration significative à ce sujet ;
- Toutefois, en 2007 nous avons favorisé l'idée d'une desserte touristique en bateau solaire le long de la rive sud. L'ADNV (Association de Développement du Nord Vaudois) en 2008 a de son côté mandaté la réalisation d'une étude de faisabilité pour un tel projet dans le haut-lac, et nous avons été d'emblée associé à la réflexion. Ce projet est en bonne voie et nous espérons qu'il pourra naviguer dès 2011 ;
- A défaut de transports publics efficaces, nous avons renforcé la mise en avant des itinéraires pédestres et cyclistes. Nous œuvrons également à ce qu'ils soient maintenus en bon état et améliorés dans certains cas. Nos bonnes relations avec le GEG nous permettent d'avoir une oreille attentive et de se diriger vers des itinéraires d'une qualité toujours supérieure ;

6) *Prendre une position active et importante dans le Pays des Trois-Lacs ;*

- La création d'une entité juridique à part entière a vu le jour en 2009, dans le cadre d'un projet NPR (Nouvelle Politique Régionale). La forme est celle d'une société marketing qui gère cette marque et qui s'occupe également de la marque « Jura Région » ;
- Les membres de cette destination d'envergure nationale ont évidemment des moyens bien plus importants que notre association, mais nous parvenons à être bien représentés ;
- Le soutien du « Lac de Morat » nous permet d'être présent et d'avoir la possibilité de participer à diverses actions de promotion. Au début 2010, nous avons participé à plusieurs foires dédiées aux voyages ;
- Nous voulons continuer de participer à cette destination, mais le regroupement parfois trop direct avec Jura Région nous laisse encore songeur ;

7) *Étendre la saison touristique au printemps et à l'automne, via des produits particulièrement axés nature ;*

- Il est difficile de constater pour l'instant une augmentation de

fréquentation significative durant ces périodes, mais certaines statistiques montrent une légère tendance ;

- Pour montrer que la région n'est pas uniquement une destination d'été, axée sur les loisirs balnéaires, cela prend beaucoup de temps. Mais notre positionnement sur la Grande Cariçaie est certainement le meilleur moyen pour attirer des amoureux de la nature et des oiseaux, ou des « Bird viewers » comme on peut les nommer dans le tourisme ;

8) *Renforcer les réseaux de collaboration avec les partenaires ;*

- Nous avons pu initier de nombreuses collaborations avec différents partenaires, que ce soit avec des hébergeurs, des restaurateurs, des exploitants d'activités de loisirs, mais également avec les sociétés locales, les municipalités et bien d'autres acteurs ;
- Ce lien avec les nombreux partenaires est essentiel pour bon nombre d'activités, mais principalement pour les actions de promotion et les manifestations. Nous avons apprécié l'engagement de ces partenaires et leur capacité à s'impliquer dans des projets concrets ;
- Il reste bien sûr des efforts à faire, notamment dans le cadre de la promotion des produits du terroir, ou nous avons trop souvent de la peine à trouver un interlocuteur représentant la région.

Nos missions mises à jour pour la période 2010 – 2011 :

- 1) Renforcer notre position centrale dans le tourisme broyard, et participer à la création d'une entité promotionnelle forte avec la Région du Lac de Morat ;
- 2) Favoriser le développement de la mobilité douce, par l'amélioration des infrastructures et la mise à disposition de vélos en location ;
- 3) Favoriser le développement de parahôtellerie, notamment adaptée à un public de cyclistes et randonneurs ;
- 4) Intensifier les collaborations avec la Grande Cariçaie pour permettre une meilleure lisibilité des richesses de cette réserve exceptionnelle, mais peu spectaculaire ;
- 5) Participer à la concrétisation de la vision du tourisme durable rédigée dans le cadre de la commission paritaire consultative de la Grande Cariçaie ;
- 6) Favoriser la revalorisation du centre historique de Payerne, autour de l'Abbatiale ; notamment par la concrétisation de la Maison des Terroirs ;
- 7) Améliorer notre présence sur Internet et développer des solutions multimédia et géo-localisées pour découvrir la région, en complément de l'Info guide ;

Représentations

L'activité de représentation est certainement celle qui a le plus évolué, pour prendre une place centrale dans le travail du directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme. Cela semble logique d'ailleurs, puisqu'une des missions de l'OT est de prendre une place centrale dans le tourisme régional.

Les représentations sont extrêmement variées, mais représentent chacune un lien nécessaire avec des partenaires touristiques. Ci-dessous, nous présentons brièvement les représentations déléguées à l'OT :

- Comité Directeur de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud ;
- Conférence des Directeurs des Offices du Tourisme Vaudois ;
- Conférence des Directeurs des Offices du Tourisme Fribourgeois ;
- Conseil d'Administration de la Fédération Européenne des Sites Clunisiens ;
- Caissier du Bureau de la Fédération Européenne des Sites Clunisiens ;
- Secrétaire de l'Itinéraire Culturel Clunisien de Bourgogne trans-juranne ;
- Commission Tourisme de la COREB, et Plateforme de Coordination OT-Broye ;
- Commission de Revalorisation du Centre Ville d'Estavayer-le-Lac ;
- Commission Loisir du Forum broyard de la Forêt et du Bois ;
- Commission Paritaire Consultative de la Grande Cariçaie ;
- Sous-Commission d'Information du Groupe d'Étude et de Gestion de la Grande Cariçaie ;
- Commission de Marketing Régional de la Rive Sud du Lac de Neuchâtel ;
- Comité Directeur de la Fondation du Village Lacustre de Gletterens ;
- Commission des concerts de l'Abbatiale de Payerne ;
- Commission du Musée de l'Abbatiale de Payerne ;
- Divers comités d'organisation de manifestations sur Payerne et Estavayer-le-Lac (Swing'In The Wind, Schubertiade 09, Tour de Romandie à Estavayer-le-Lac, Payerne-Cluny 2010, ...) ;

Développement Régional

La question du développement régional est cruciale pour notre région. Face à des destinations suisses avec des moyens considérables, une capacité d'hébergement très importante et une notoriété déjà bien établie, il est de plus en plus difficile de se démarquer et de se rendre attractif. Notre région possède une forte attractivité lorsqu'on regroupe les offres de loisirs, d'hébergement et de restauration, ainsi que le patrimoine naturel, historique et culturel. Cependant, individuellement les cités ne sont pas assez attractives et leurs moyens ne permettent pas d'action promotionnelle d'envergure.

L'orientation stratégique sur la Grande Cariçaie, en tant qu'USP (Unique Selling Proposition) a permis de se positionner clairement et de présenter toute la rive sud du Lac de Neuchâtel. Ainsi, les communes de Cheyres-Châbles, Delley-Portalban-Gletterens et de Chevroix participent au fonds de marketing régional et nous permettent d'augmenter les moyens à disposition.

Mais ce n'est qu'une première étape, qu'il faut poursuivre au travers de collaboration plus soutenue entre les OT broyards. La COREB va pour la première fois en 2010 allouer une partie de son budget ordinaire à de la promotion touristique, grâce à la plateforme de coordination mise en place. Ce soutien financier va se renforcer, mais nous devons aller plus loin.

Lors de nos actions de promotion, nous sommes parfois associés à la Région du Lac de Morat. Avenches Tourisme présente son offre touristique de manière détaillée dans l'Info Guide de la Région du Lac de Morat. Notre voisin partage avec nous bien des similitudes dans l'orientation stratégique qu'il suit, c'est-à-dire : orientation sur la mobilité douce et les vacances actives, la nature, le lac et le patrimoine historique. Nous sommes convaincus qu'un rapprochement plus important en direction de la Région du Lac de Morat est une des meilleures possibilités pour un développement régional de la promotion touristique et du tourisme en général.

De l'autre côté du lac, « Yverdon-les-Bains Région, Jura-Lac » est également un voisin avec qui nous partageons des axes stratégiques, notamment la mise en avant de la Grande Cariçaie. Mais cette grande entité regroupant les destinations du Nord Vaudois a déjà un territoire important dont elle se charge et notre région n'aurait que peu à y gagner. De plus, les collaborations ne sont pas encore aussi régulières qu'avec la Région du Lac de Morat. Toutefois, nous sommes intéressées à collaborer de manière ponctuelle à des actions de promotion commune.

Manifestations

Les manifestations sont une activité qui consomme beaucoup de temps, tant dans sa préparation que dans sa phase de réalisation. Historiquement, cette activité était centrale dans le travail de l'Office du tourisme, qui remplissait plutôt un rôle d'animateur local. Il est des manifestations qui bien entendu ont un impact médiatique et touristique, qui sort du cadre de l'animation locale et qui impliquent un engagement de l'Office du Tourisme.

Pour nous permettre de faire des choix quant aux manifestations auxquelles nous prenons part, nous avons choisis de nous baser sur plusieurs critères. Cette aide à la décision est nécessaire car le nombre de manifestations est important, mais toutes n'apportent pas ce qu'on pourrait appeler une « valeur ajoutée touristique ». C'est-à-dire qu'une manifestation pour être génératrice de valeur ajoutée au sens touristique doit idéalement :

- Générer des nuitées hôtelières ;
- S'adresser à un public extrarégional ;
- Générer un impact médiatique d'envergure romand, au moins ;
- Mettre en valeur le patrimoine (naturel, historique, du terroir)

En fonction de l'adéquation entre ces critères et la manifestation, nous engageons plus ou moins de ressources (financières ou humaines). Il faut également noter que nous soutenons plusieurs manifestations qui ne répondent pas positivement à ces critères, mais qui ont un caractère humanitaire et/ou social, en offrant la gratuité de la billetterie et un affichage régional de leurs supports promotionnels.

Nous tenons également à créer des manifestations qui seront ensuite reprises par des associations autonomes. Tel a été le cas de manifestations comme le Red Pigs Festival (Fête de la musique), ou le Street Jazz Festival – Swing'In the Wind.

Des manifestations de moins grande envergure, qui ont un but d'animation durant la période touristique sont gérés directement par l'OT. C'est le cas des marchés et de la Brocante, qui se déroulent en juillet et août sur Estavayer-le-Lac et au printemps - automne sur Payerne.

Les manifestations dans lesquelles nous nous sommes directement impliqués en 2008 et 2009 sont les suivantes :

- Concerts de l'Abbatiale de Payerne, animés par Patrick Lapp & Jean-Charles Simon autour de l'œuvre de Schubert ;
- L'Énigme du Lapin de Pâques à Estavayer-le-Lac ;
- Les Marchés de Printemps à Payerne ;

- Le Marché de mai et l'exposition bovine à Estavayer-le-Lac ;
- LudiMania'K, le festival du jeu à Estavayer-le-Lac ;
- Le départ du Tour de Romandie à Estavayer-le-Lac ;
- Le Red Pigs Festival, la fête de la musique à Payerne ;
- Les Marchés d'été à Estavayer-le-Lac ;
- Eurominiatures, exposition européenne de figurines à Payerne ;
- Swing'In the Wind, Street Jazz Festival à Estavayer-le-Lac ;
- Le Marché Staviacois à Estavayer-le-Lac ;
- La Brocante en plein air à Estavayer-le-Lac ;
- Le grand concours de la Meilleure Moutarde de Bénichon à Estavayer-le-Lac ;
- La Fête médiévale à Estavayer-le-Lac (Feste médiévale en 2008 et Crépuscule en 2009) ;
- La Schubertiade d'Espace 2 à Payerne ;
- La route du Moût au domaine de Montagny (en Lavaux) et à Payerne ;
- Le Septembre pictural à Estavayer-le-Lac ;
- L'Itinéraire des Crèches à Estavayer-le-Lac ;
- Le marché de Noël en 2008, mais qui n'a pas été reconduit en 2009, puisqu'il n'entrait pas dans nos critères événementiels ;

Les manifestations que nous avons soutenu par un financement et/ou une gratuité de la billetterie ou de l'affichage en 2008 et 2009 sont les suivantes :

- L'Elsa Bike Trophy à Estavayer-le-Lac ;
- Les Championnats suisses des 10km de course à pied à Payerne ;
- L'Estivale Open Air à Estavayer-le-Lac ;
- Les Brandons de Payerne ;
- L'Open Air Cinéma à Estavayer-le-Lac ;
- La Taverne des Poètes à Estavayer-le-Lac ;

- Théâtre « Les Tréteaux du Monde » à Payerne ;
- Le cortège de la Saint-Nicolas à Payerne ;
- Spectacle « Les Titans » à Estavayer-le-Lac ;
- Open Européen de Billard à Payerne ;

Organisation de l'Office du Tourisme

L'association, suivant les dispositions du code des obligations, est composée de trois organes. L'assemblée générale, le comité de direction et l'organe de vérification sont les organes de cette association.

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme compte actuellement huit membres, qui forment l'assemblée générale. Ces membres sont la commune et la société de développement d'Estavayer-le-Lac, et la commune et la société de développement de Payerne. Chacun de ces groupements est représenté par deux personnes. Un président, membre de l'assemblée générale, est nommé chaque année par ses pairs. L'assemblée générale peut accueillir d'autres membres.

Le comité de direction, qui est le second organe de l'association, est composé du président de l'assemblée générale, Eric Küng (jusqu'en 2009), du directeur, Adrien Genier, et de la directrice adjointe, Ann-Karin Richard. Ce comité se rencontre régulièrement pour passer en revue l'avancée des projets et les questions urgentes. Ann-Karin Richard et Adrien Genier sont, quant à eux, quotidiennement en contact.

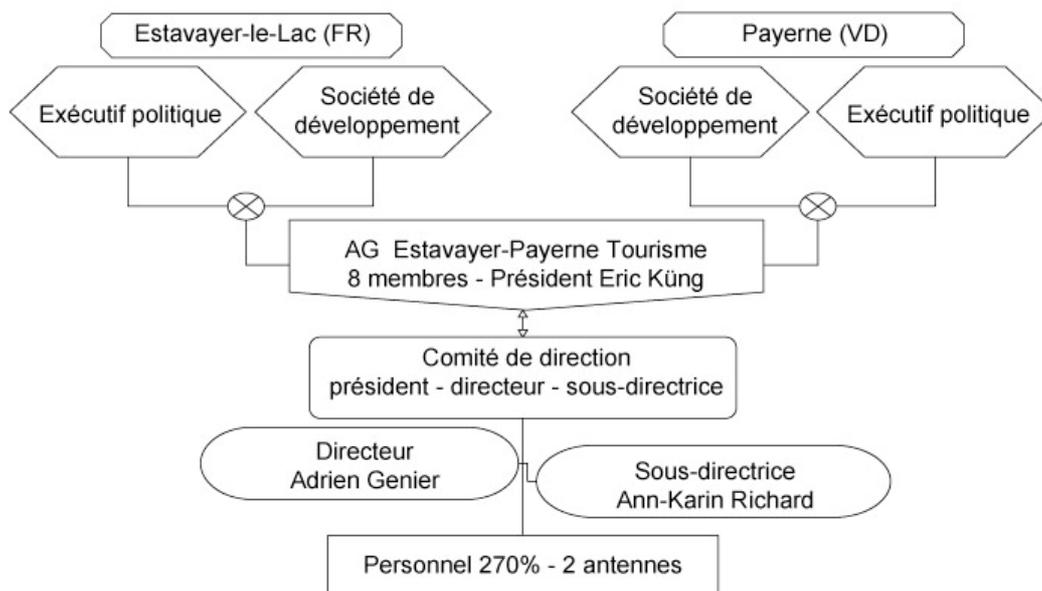


Fig.1 : Organigramme d'Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

La taille actuelle de l'office permet effectivement de fonctionner avec flexibilité et dynamisme. Ainsi les collaboratrices qui ont rejoint l'office du tourisme en 2007 ont obtenu la gestion d'une partie des activités courantes, et la responsabilité de projets particuliers. Les services de renseignements, la billetterie des spectacles ou l'hébergement, ainsi que les services à la population sont des activités fournies par chaque membre de l'équipe, y compris la direction.

Les principales tâches que nous avons identifiées pour l'office du tourisme peuvent être regroupées en quatre domaines d'activités. Par rapport à 2007, nous avons redéfinis la hiérarchie des ces domaines :

1. Le premier domaine d'activités est la récolte et la diffusion d'informations concernant les attractions, les activités de loisirs et les manifestations ;
2. Le second domaine d'activité recouvre les actions de promotion sur le terrain et la communication au travers des médias existants;
3. La création de produits touristiques (exemple : forfaits regroupant repas, activités et hébergement) la promotion et la vente de ceux-ci représentent le troisième domaine d'activités ;
4. Le quatrième domaine d'activité est la création de manifestations, ainsi que le soutien administratif et promotionnel aux manifestations existantes, le degré d'engagement dépend de l'importance relative de la manifestation ;

Les collaboratrices ont reçu des activités et des projets correspondants à leurs compétences, mais également à leur caractère et leurs affinités. Chacune d'entre elles habite la région de la Broye depuis plusieurs années. Elles connaissent donc personnellement les offres de loisirs, les attractions à voir absolument et les bonnes adresses qui ne figurent pas dans les guides. A la fin 2009, nous nous sommes séparés de Madame Di Maggio, qui est maintenant remplacée par Madame Formica.

Marianne Aeschbacher a travaillé durant ces dernières années dans l'hôtellerie, pour un établissement implanté dans la région, et auparavant pour la compagnie d'aviation nationale Swissair. Elle a la responsabilité de deux activités importantes pour les deux cités, les visites guidées et les concerts. Durant la période estivale, les visites guidées et les animations musicales de rue représentent une activité très importante. Alors que durant l'automne, l'hiver et le printemps, ce sont plutôt des concerts en salles et des visites de caves. Marianne travaille à 50%.

Déborah Bardet a reçu la responsabilité de la récolte de toutes les manifestations régionales. Elle procède ensuite à leur diffusion sur les sites Internet de Suisse Tourisme, de l'UFT et de l'OTV, du nôtre ainsi que quelques sites régionaux. Elle se charge également de la version papier qui est édité trimestriellement et diffusé dans toute la Broye. Déborah travaille à 50% pour l'office du tourisme.

Valérie Cavin est une sportive à plein temps. Elle participe à des compétitions populaires, encadre des groupes pour des randonnées de tout type et fait aussi du sport pour le plaisir. Il est apparu évident de lui confier la responsabilité des randonnées dans la région. Les parcours de randonnées, les randonnées guidées et les autres produits incluant la randonnée sont donc une de ses attributions. Valérie prend également en charge la gestion et le développement de la para-hôtellerie. Cette forme d'hébergement, qui regroupe les chambres d'hôtes, les Bed & Breakfast, les chambres à la ferme et les appartements ou chalets de vacances, est très importante pour notre région. Elle s'occupe également d'une grande partie de la comptabilité, ce qui fait que nous avons augmenté son pourcentage de travail de 70% à 80%.

Pascaline Di Maggio a travaillé jusqu'à la fin de 2009 pour l'organisation des nombreux marchés, qui ont lieu sur Estavayer-le-Lac :

- Marchés d'été
- Marché Staviacois
- Marché de Bénichon

Elle s'est également chargée des marchés sur Payerne. La Brocante en plein air, dans les rues de la vieille ville d'Estavayer-le-Lac, était gérée par Pascaline. Elle s'occupait aussi de la coordination des balades en calèches, les « Calèches Nature & Saveurs ». Ce plein temps a donc été repris par **Nathalie Formica**, qui se chargera en plus de l'organisation des marchés de la tenue et de l'évolution du site Internet www.estavayer-payerne.ch.

Ann-Karin Richard a travaillé auparavant pour plusieurs projets dans le milieu de la presse. Sa connaissance du milieu est très utile pour l'activité de promotion et communication dont elle a la responsabilité. Dans une structure dynamique et flexible, comme celle qui a été mise en place pour Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, la direction travaille de manière collaborative plus que hiérarchique. Ann-Karin Richard participe donc activement aux décisions.

Adrien Genier est le directeur de l'office du tourisme. En tant que tel, il organise l'office du tourisme, veille au bon fonctionnement du bureau, il prépare et est responsable de la tenue du budget. Il s'occupe des ressources humaines. Il a la responsabilité du suivi de la stratégie, de la création et du suivi des manifestations. Il conçoit et met sur pied des nouveaux produits touristiques. L'extension régionale de l'association est également une priorité pour le directeur. Il va de soi que la quasi-totalité des représentations sont de sa responsabilité. L'augmentation des tâches due à la position centrale qu'a prise l'association fait que le cahier des charges du directeur est de plus en plus difficile à tenir. Il conviendra de prévoir un nouveau collaborateur à 50% pour permettre au directeur de plus s'impliquer dans les projets les plus importants.

Promotion et stratégie promotionnelle

En 2009, l'office du tourisme a augmenté de manière significative les ressources financières consacré à la promotion. Plus de CHF190'000 ont été investi dans des campagnes avec pour objectif prioritaire de cibler la marché national qui compose la large majorité de notre clientèle. Ces moyens supplémentaires nous ont permis de tenir un stand à la Muba de Bâle aux côtés de Avenches et Morat, de nous équiper en matériel promotionnel (Pop up, arche) et de produire un info guide –très attendu– en complément à la brochure A4 produite en 2008 et de renforcer notre présence dans les campagnes suisses et internationale de Suisse Tourisme et de Fribourg Région.

Nous maintenons une stratégie promotionnelle qui favorise les collaborations avec les grands voisins et diversifie les plateformes (OTV, UFT, Pays des Trois Lacs) et les campagnes. Nos messages prioritaires restent les vacances actives dans un environnement préservé : la Grance Cariçaie, la mobilité douce et les plaisirs lacustres avec en arrière plan les richesses historiques.

Compte rendu 2008

IMPRIMES PROMOTIONNELS

L'OT a réalisé plusieurs imprimés et encarts promotionnels durant l'année 2008. Soit en cours de saison pour une validité immédiate soit en prévision de la saison 2009. Il y a eu des réalisations « maison », des encarts dans des brochures des instances touristiques cantonales ou nationale ainsi que des annonces dans des magazines spécialisés à vocation touristique.

Brochures et dépliants « maison »

Cette année a été en grande partie consacrée à la réalisation de notre brochure de présentation au format A4, considérée comme prioritaire, en remplacement de la brochure Rive Sud devenue caduque.

Dans cette optique, nous avons également procédé à une large recherche iconographique pour compléter notre banque d'image et faire appel à une photographe qui a travaillé sur mandat durant la haute saison.

L'Office a également réalisé trois dépliants pour promouvoir des offres touristiques spécifiques : un dépliant Calèches Nature&Saveurs (avec une déclinaison flyer A4) ; un flyer Village Lacustre et un flyer Safari Nature

Annonces

- Magazine « Auf Reisen » : 1 page qui présente des possibilités d'excursions à la journée pour des groupes (écoles, entreprises, sociétés)
Parution : avril 2009
Tirage : 35'000 ex
Diffusion: auprès des écoles, des sociétés et clubs, entreprises de Suisse
- Brochure « Terroir & Tourisme, édition Vaud 2009-2010 » : 8 pages dont 4 pages consacrées à Estavayer-le-Lac + Grande Cariçaie, avec présentation des balades « Calèches Nature & Saveur » et 4 pages sur Payerne avec présentation de la balade « Autour de Payerne ».
Parution : mars 2009
Tirage : 80'000 ex en allemand et en français
Diffusion: en Suisse. Gratuite dans les établissements à vocation touristiques en Suisse (OT, Hôtels, restaurants). Payante dans les kiosques.
- NZZ : Une annonce dans le supplément consacré au canton de Vaud
Parution : avril 2009
Tirage : non-communicé
Diffusion: auprès des abonnés et dans les kiosques de Suisse
- L'OT a également réalisé des encarts publicitaires dans divers libretto de manifestations (Eurominiature, Estivale, etc..) ou de sociétés (Cercle de Voile d'Estavayer-le-Lac)

Campagnes OTV, UFT, ST

Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a des présences dans les brochures 2009 :

- Fribourg Région (UFT)
- Séjours attractifs (UFT)
- Hôtel (UFT)
- Un été à la montagne (ST)
- Voyage dans le temps (ST)
- Fêtes, festival et événement (OTV)
- Guide pour groupe, séminaires, incentives, congrès et expositions (OTV)

ACTIONS DE PROMOTION DIRECTE

Durant l'année, l'Office du tourisme a organisé différentes action de promotion directes pour renforcer la notoriété de la marque Estavayer-le-Lac / Payerne et promouvoir notre destination.

L'OT a profité des manifestations à forte affluence organisées dans la région pour toucher un large public. Une roulette avec gains immédiats (entrées Karting, bon téléski nautiques, etc..) assure l'animation du stand et un concours avec prix à la clé permet de récolter des adresses.

En 2008, nous étions présents au Comptoir de Romont, au Slow Up à Morat, au Restoroute de Lully lors du Salon de l'auto et de l'Euro 2008, à la course Elsa Bike.

Nous avons récoltés près de 350 adresses. Toutes ces personnes ont reçu par courrier la nouvelle brochure de présentation Estavayer-le-Lac Payerne & Région.

Ces actions constituent d'excellentes occasions de nous présenter et de présenter la région. Elles seront reconduites en 2009.

VISITES DE PRESSE

Visite de presse OTV

L'OT a accueilli à deux reprises des journalistes allemands dans le cadre de visites de presse organisé par l'OTV. Les journalistes ont fait halte à Payerne alors qu'ils découvraient l'itinéraire vélo Suisse Mobile qui relie Avenches à Yverdon-les-Bains. Un accueil soigné leur a été réservé avec visite guidée de l'abbatiale et du centre historique, apéritif à la cave avec produits du terroirs puis repas dans un restaurant typique.

Suisse mobile

Lors de l'inauguration des itinéraires Suisse Mobile, l'Office a profité d'emmener un groupe de journalistes sur une calèche à la découverte dans la Grande Cariçaie au départ d'Estavayer-le-Lac. Une halte dégustation des produits du terroir a également été organisée avec des vins de Cheyres et des spécialités locales.

Compte rendu 2009

ACTIONS DE PROMOTIONS

Stand à la MUBA de Bâle, 13 au 22 février 2009

Durant 10 jours, Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme s'est présenté auprès du public bâlois aux côtés d'Avenches et de Morat, sous la bannière « Murtensee Region ». Nous avons mis en avant la Grande Cariçaie avec la reconstitution d'un observatoire et les sports lacustres avec la présence d'un voilier sur le stand.

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme a assuré une présence continue sur le stand ce qui nous a permis de toucher un large public et faire connaître notre destination.

La synergie avec Avenches et Morat a fait sens. Le public bâlois connaît déjà bien la marque Morat qu'il perçoit positivement. En s'y associant, Estavayer-le-Lac / Payerne et région a pu bénéficier de cette notoriété et de cette cote de sympathie.



Tour de Romandie, 29 avril au 3 mai 2009

L'engagement d'Estavayer-le-Lac comme ville étape du TdR a permis à l'Office du tourisme de présenter la région dans les différents villages du Tour de romandie, soit Lausanne, Fribourg, La Chaux-de-Fonds, Yverdon-les-Bains, Sainte-Croix et Genève. Nous avons choisi de mettre en avant les randonnées en vélo et la mobilité douce avec un concours « Sprint final à Estavayer-le-Lac ».

Des animateurs ont été engagés pour l'occasion. Une collaboratrice de l'office était systématiquement présente pour faire la promotion de la région et informer les visiteurs.

C'était une très bonne opération dans l'ensemble. Nous avons senti beaucoup d'intérêt de la part du public genevois, souvent international et ne connaissant peu, voire par du tout, les caractéristiques de notre destination.



Actions diverses

Comme les deux années précédentes, l'Office du tourisme a profité des manifestations publiques à forte affluence pour toucher un large public lors de stands de promotion montés pour l'occasion. Nous avons ainsi assuré une présence au restoroute de Lully lors du salon de l'auto (mars 2009), du Championnat suisse des 10 km de Payerne (mars 2009), du Slow Up de Morat (avril 2009), de l'Elsa Bike (juin 2009).

Une roulette avec gains immédiats (entrées Karting, bons téléski nautiques, entrées musées etc..) assure l'animation du stand tandis qu'un concours avec prix à la clé permet de récolter des adresses.

CAMPAGNES

Estavayer-le-Lac / Payerne tourisme a participé à différentes campagnes chapeautées par Suisse Tourisme, soit en direct, soit par l'intermédiaire de l'OTV et de l'UFT.

- Eté à la montagne
- Voyage dans le temps
- Escapades gourmandes

Ces campagnes orientées principalement en direction du marché national ont également eu des déclinaisons internationales, notamment en direction des marchés France et Allemagne.

IMPRIMES

Trois nouvelles brochures ont vu le jour dans notre gamme d'imprimés promotionnels :

L'Info Guide qui présente les possibilités de visites, d'excursions, d'hébergements et de restauration dans la région d'Estavayer-le-Lac et Payerne. Pour l'occasion, nous avons fait également produire une carte touristique illustrée qui donne une vue synthétique des attractions de notre destination et qui est placée en rabat de l'info guide.

Tirage : 7'000 ex.

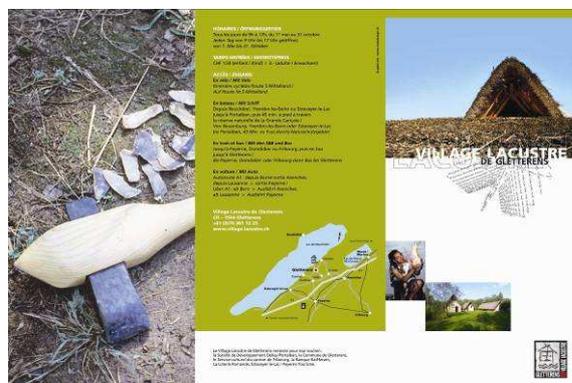


La Broye Pas à Pas, carnet de balades pédestres qui présente une sélection de 10 itinéraires entre lacs et forêts, très accessibles et montrant les différents visages de notre région.

Tirage : 1'000 ex.

Dépliant Village lacustre

Tirage : 10'000 ex.



L'Office du tourisme a également marqué sa présence dans différentes publications, notamment :

Le Petit Futé, édition Suisse 2010-2011 : 5 pages rédactionnelles et deux pages annonces

Parution avril 2009

Tirage : 45'000 ex

Diffusion : payant par le réseau réseau des librairies et kiosques de toute la Francophonie

Terroir & Tourisme, édition Vaud 2009-2010 : 8 pages rédactionnelles autour de deux excursions, l'une en calèche au départ d'Estavayer-le-Lac, l'autre à pied au départ de Payerne.

Parution : mars 2009

Tirage : 80'000 ex en allemand et en français

Diffusion: en Suisse. Gratuite dans les établissements à vocation touristiques en Suisse (Offices du tourisme, hôtels, restaurants). Payante dans les kiosques.

Auf Reisen, édition 2009 : 2 pages rédactionnelles

Parution : avril 2009

Tirage : 35'000 ex

Diffusion: auprès des écoles, des sociétés et clubs, des entreprises suisses

Croque Loisirs, édition 2009-2010: 1 page rédactionnelle

Parution : juin 2009

Tirage : 20'000 ex

Diffusion : France voisine et bassin genevois, auprès des écoles, crèches, mairies.

D'autres publications nous ont offert une visibilité comme Bien Vivre au Pays de Vaud, Le Guide du tourisme durable et insolite 2009 produit par l'agence NiceFuture.com, Le Passeport Fribourgeois.

Nous avons également bénéficié de belles couvertures rédactionnelles, notamment dans l'hebdomadaire Coop Magasine sur le produit Calèches Nature & Saveurs et dans la Schweizer Illustrierte qui a consacré deux pages au Village lacustre de Gletterens..

MULTIMEDIA

Internet : l'Office a poursuivi son travail de mise à jour des informations et d'enrichissement du site. Le peu de temps consacré à cette tâche a malheureusement freiné son évolution.

Les statistiques de consultation de pages internet montrent que les pages les plus consultées concernent l'hébergement (notamment via le masque de réservation online) et les pages en allemand. Ce sont deux points qui doivent être améliorés en 2010 en veillant d'une part à une traduction optimale des nouveaux articles et d'autre part en renforçant la collaboration avec les hôteliers pour un meilleur référencement des possibilités d'hébergement sur internet.

MATERIEL PROMOTIONNEL

L'Office du tourisme s'est équipé en matériel promotionnel. Nous avons produit un stand Pop Up avec un comptoir ainsi qu'une arche permettant une identification optimale lors de présence en plein air.



Vidéo promotionnel : durant la saison 2009, nous avons débuté le tournage d'une vidéo promotionnelle sur Estavayer-le-Lac / Payerne et Région. Cette vidéo sera montée pour 2010 et complétées sur 1-2 aspects qui n'ont pu être filmés en 2009 faute de conditions optimum.

VISITES DE PRESSE

L'Office du tourisme a reçu une visite de presse organisée par l'OTV. Une journaliste italienne est venue visiter l'abbatiale et le centre de ville de Payerne en prévision de la rédaction d'un guide touristique sur le canton de Vaud.

Résultats et Statistiques

Les résultats financiers de l'association montrent que la croissance des moyens a été bien gérée. Nous avons pu amortir totalement à la fin 2008 la perte de 2007, et nous dégageons à la fin 2009 un bénéfice raisonnable, qui nous permet de constituer une petite réserve qui n'existe pas encore et nous permettra d'agir si nous sommes confrontés à une situation inattendue.

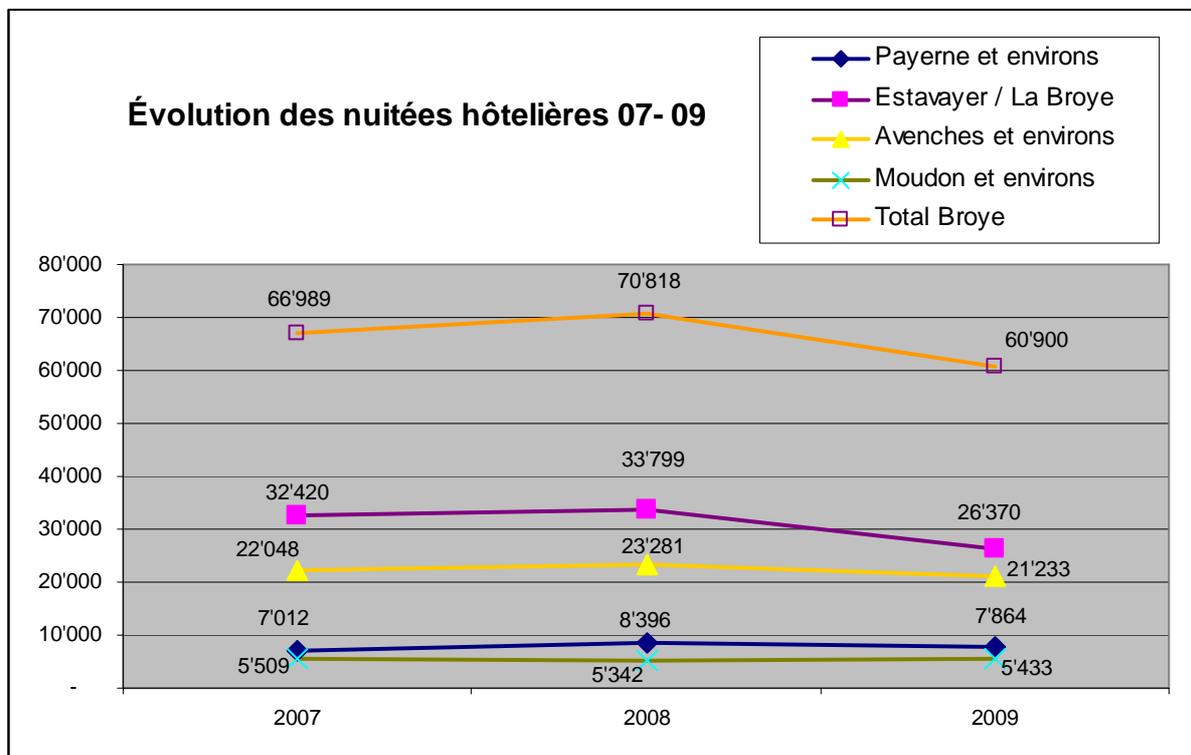
Le compte de résultat indique donc pour l'exercice 2008 un bénéfice, après amortissement de la perte de 2007, de Chf 880.17. L'exercice 2009 présente pour sa part un bénéfice net de Chf 15'745.15 avant attribution à la réserve. Les produits de l'association se montent en 2009 à Chf 795'348.-, alors qu'il n'était en 2008 qu'à Chf 746'977.- et en 2007 à Chf 514'529.-, mais l'exercice 2007 n'a commencé qu'au 1^{er} mai de l'année. Cette augmentation de revenus provient d'une part de l'activité de billetterie, de certaines manifestations, mais également de l'entrée de Chevroux dans la commission de marketing régionale et de la participation de l'UFT à nos projets dans le cadre du Fonds Marketing Coordonné.

Les indicateurs statistiques de l'évolution touristique ne sont pas nombreux, mais il en existe qui permettent d'obtenir une vue d'ensemble sur le tourisme à proprement parlé et sur les excursionnistes qui visitent la région. On peut par exemple noter qu'en moyenne annuelle, nous servons plus de 57 personnes par jour, et si nous prenons la période de haute saison (mai à août) cette moyenne passe à plus de 71 personnes par jour.

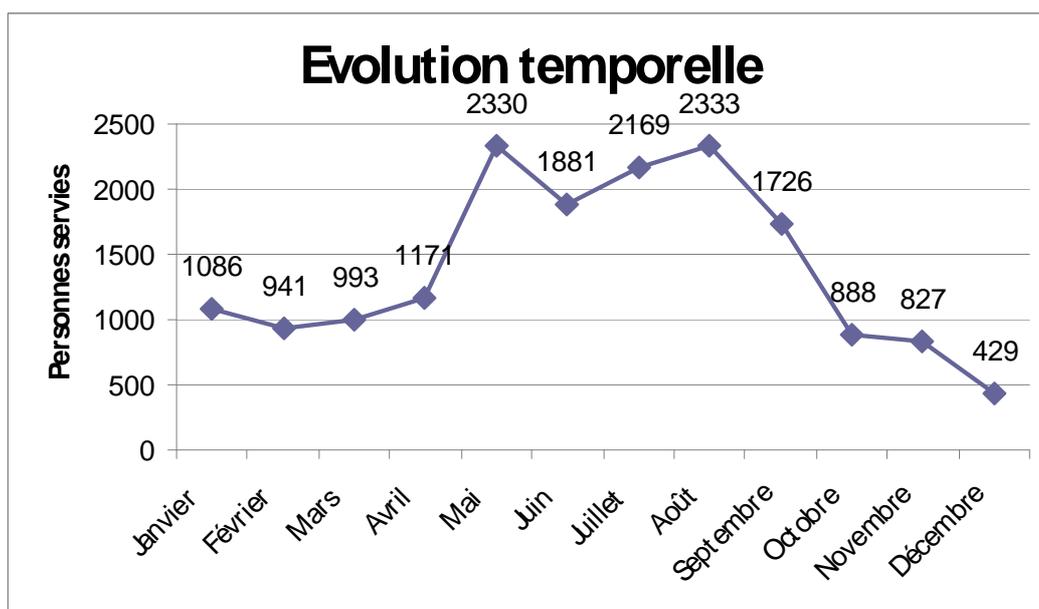
L'évolution des nuitées est également un indicateur, mais celui-ci doit être pris avec précaution. Nous voyons que pour l'année 2009 il y a une forte diminution des nuitées pour Estavayer-le-Lac et la Broye fribourgeoise. Pourtant cette année a connu un beau succès de fréquentation, comme on peut le constater dans les statistiques des « visites et jeux » ou celles du petit train touristique d'Estavayer-le-Lac. Le Village Lacustre de Gletterens a quant à lui connu une fréquentation record en 2009 avec plus de 13'000 entrées. De plus, nous avons accueilli deux événements majeurs, qui génèrent directement des nuitées : Le Tour de Romandie et La Schubertiade d'Espace 2. L'explication est à trouver dans une baisse massive des groupes asiatiques, qui logent au Park Inn lors de leur séjour en Suisse. Cette baisse n'est pas significative quant aux efforts déployés par l'Office du Tourisme, mais elle indique très clairement le peu de lits disponibles dans la région et l'impact que peuvent avoir les résultats d'un hôtel de cette taille.

Pour les résultats provenant de sources extérieurs, nous pouvons citer le BAK de Bâle, qui procède depuis plusieurs années en collaboration avec le SECO à des analyses de l'activité touristique. Leurs résultats ont montré qu'Estavayer-le-Lac et environs arrivait en première place de l'évolution des nuitées dans la catégorie « Destinations d'excursion et de courte durée ». Avec une augmentation de 12,2% pour la période concernée, Estavayer-le-Lac et région est première au niveau Suisse.

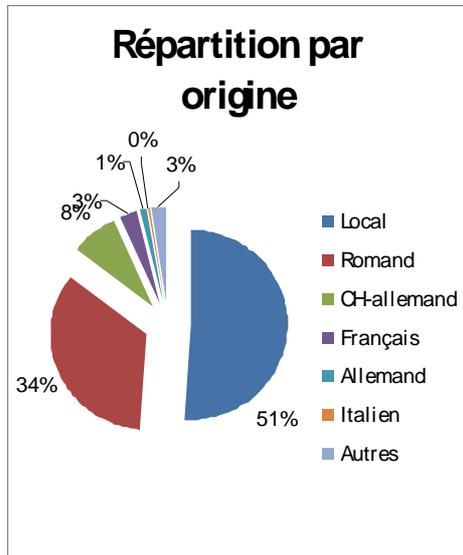
Ci-dessous, nous présentons quelques illustrations graphiques de ces statistiques :



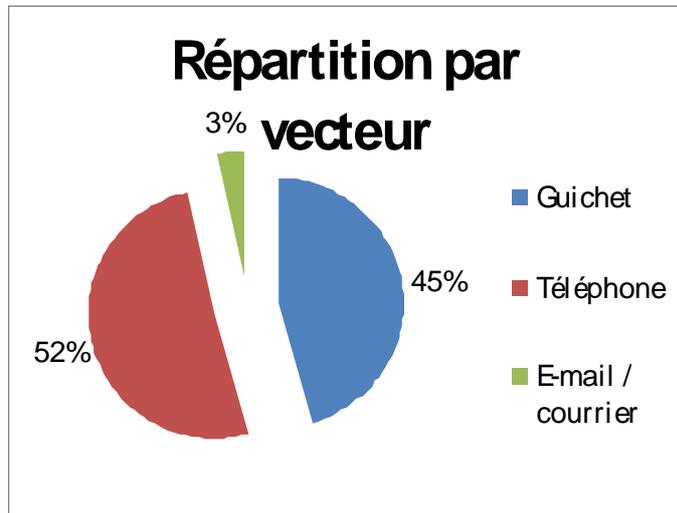
Nuitées hôtelières dans la Broye



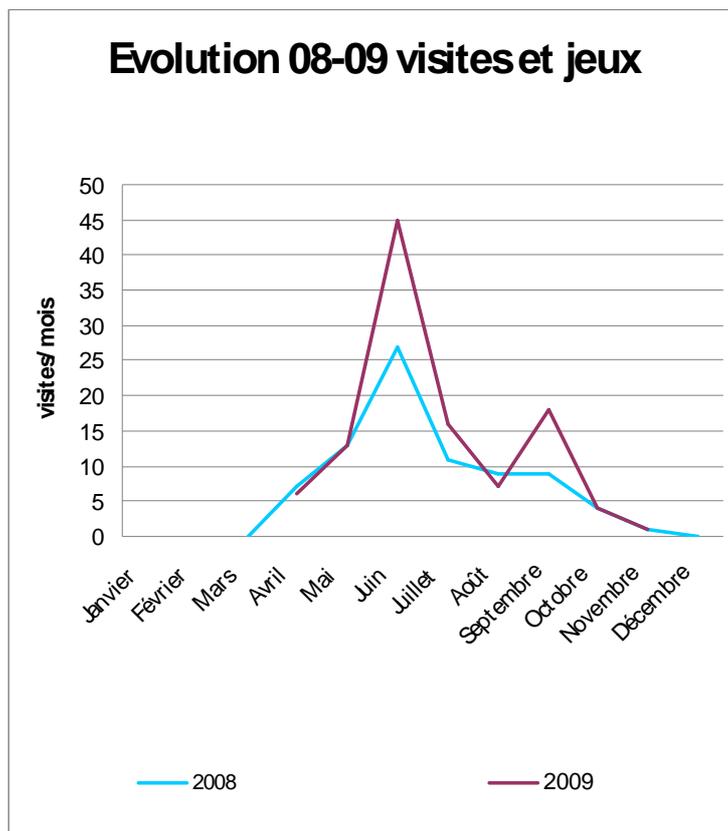
Personnes servies au guichet (2009)



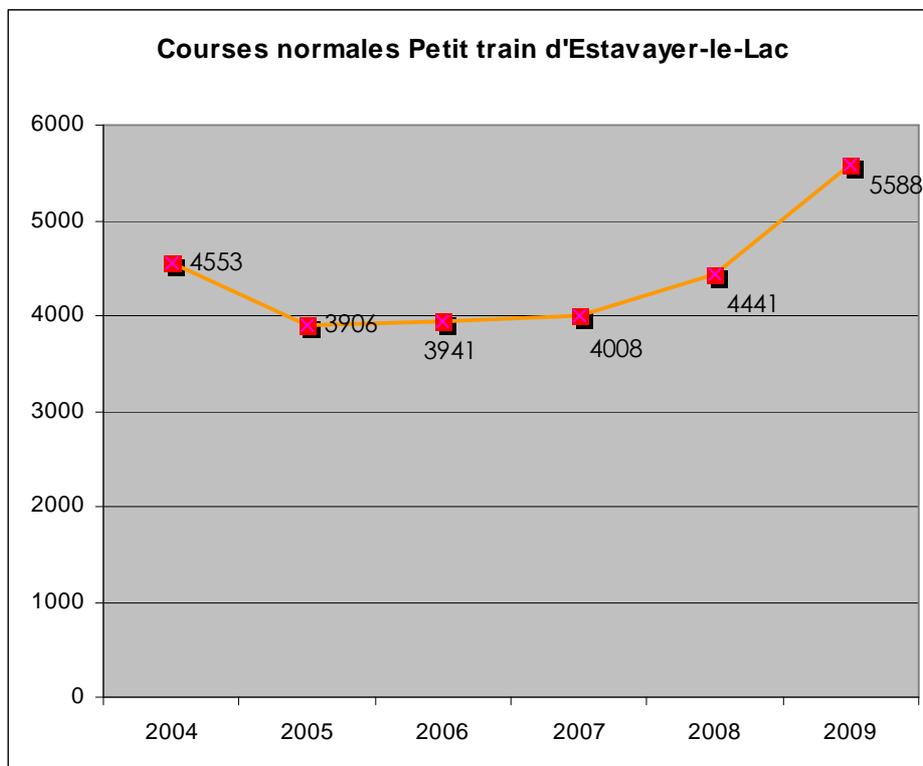
Origine des personnes servies



Moyens de contact avec les personnes servies



Visites guidées et jeux



évolution annuelle des courses en petit train touristique

Remerciements

Nos plus vifs remerciements vont à notre assemblée générale, qui continue à avoir confiance dans une approche régionale et une mise en commun des moyens.

Estavayer-le-Lac / Payerne, le 22 mars 2010

Adrien Genier
Directeur

Ann-Karin Richard
Directrice adjointe