



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

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

# Estavayer-le-Lac/ Payerne Tourisme

Rapport d'activité 2015



# Sommaire

Bilan 2015	p. 3
Missions et stratégie	p. 4
Accueil et information	p. 6
Hébergement	p. 7
Produits touristiques	p. 10
Transports touristiques	p. 13
Animations	p. 14
Marketing et promotion	p. 15
Comptes 2015	p. 22
Personnel	p. 22
Comité	p. 23

# Bilan 2015

Abandon du taux plancher par la BNS, été caniculaire, An +1 après «Air14 - Payerne», An -1 avant la «Fête fédérale de lutte et des jeux alpestres Estavayer2016»... malgré de nombreux enjeux et un contexte rempli d'incertitudes, la région d'Estavayer-le-Lac et Payerne tire un bilan touristique positif et encourageant de l'année 2015.

2015 est l'année record en terme de nuitées avec 463'880 nuitées enregistrées pour notre région! Nous observons une augmentation de 2% des nuitées par rapport à 2014. Les secteurs de l'hôtellerie (+9%) et du camping (+10%) tirent leur épingle du jeu avec des résultats exceptionnels. Ces derniers sont atténués par les chalets et appartement (-3%), les bateaux (-7%), les hébergements collectifs (-4%), et les chambres d'hôtes (-31%).

Sur les 5 dernières années, soit depuis 2011, l'augmentation globale du nombre de nuitées est de 3%, respectivement de 26% pour l'hôtellerie, 9% pour le camping, 1% pour les chambres d'hôtes, 0% pour les bateaux, alors qu'il y a une diminution de 7% pour les chalets et appartements et de 10% pour les hébergements collectifs. L'une des raisons de ces diminutions est le passage observé de nombreux chalets de vacances au statut de résidences principales depuis les votations fédérales sur les résidences secondaires. La tendance positive observée depuis ces 5 dernières années est liée à divers facteurs. Depuis 2011 de nombreux éléments ont été entrepris par le biais de l'office du tourisme afin de soutenir et encourager ce développement, en gardant en tête continuellement la volonté de s'inscrire dans une démarche saine et durable, tant pour la structure de l'Office du tourisme que pour l'activité touristique régionale dans son ensemble:

## Accueil

- Déménagements de l'Office du tourisme à Payerne (2014) et à Estavayer-le-Lac (2015)
- Mise en réseau informatique commun pour les deux bureaux
- Développement d'une stratégie et d'un nouveau corporate
- Mise en place de panneaux de bienvenue aux entrées de villes
- Classification de la parahôtellerie selon les normes de la Fédération Suisse du Tourisme
- Soutien à la mise en ligne sur internet de l'hébergement via une plateforme de réservation
- Nouveau site web
- Publications de nouveaux documents (guide pour le développement des chambres d'hôtes,...)

- Obtention du Label de qualité niveau 2 de la Fédération Suisse du Tourisme

## Marketing

- Coordination d'importants projets régionaux en collaboration avec la Coreb, l'Association régionale du Lac et les offices du tourisme d'Avenches et de Moudon (Hôte d'honneur de la foire de Lucerne, brochure promotionnelle commune, présence lors de grands événements,...), et également avec Yverdon-les-Bains Région.
- Renforcement des collaborations régionales et périmètre de promotion étendue à la commune de Cudrefin, et donc jusqu'au centre nature de la Sauge, depuis 2015.
- Développement de nouvelles brochures (groupes, Grande Cariçaie, ...)
- Nouveau site web, envoi de e-newsletter et présence sur les réseaux sociaux

## Produits et animations

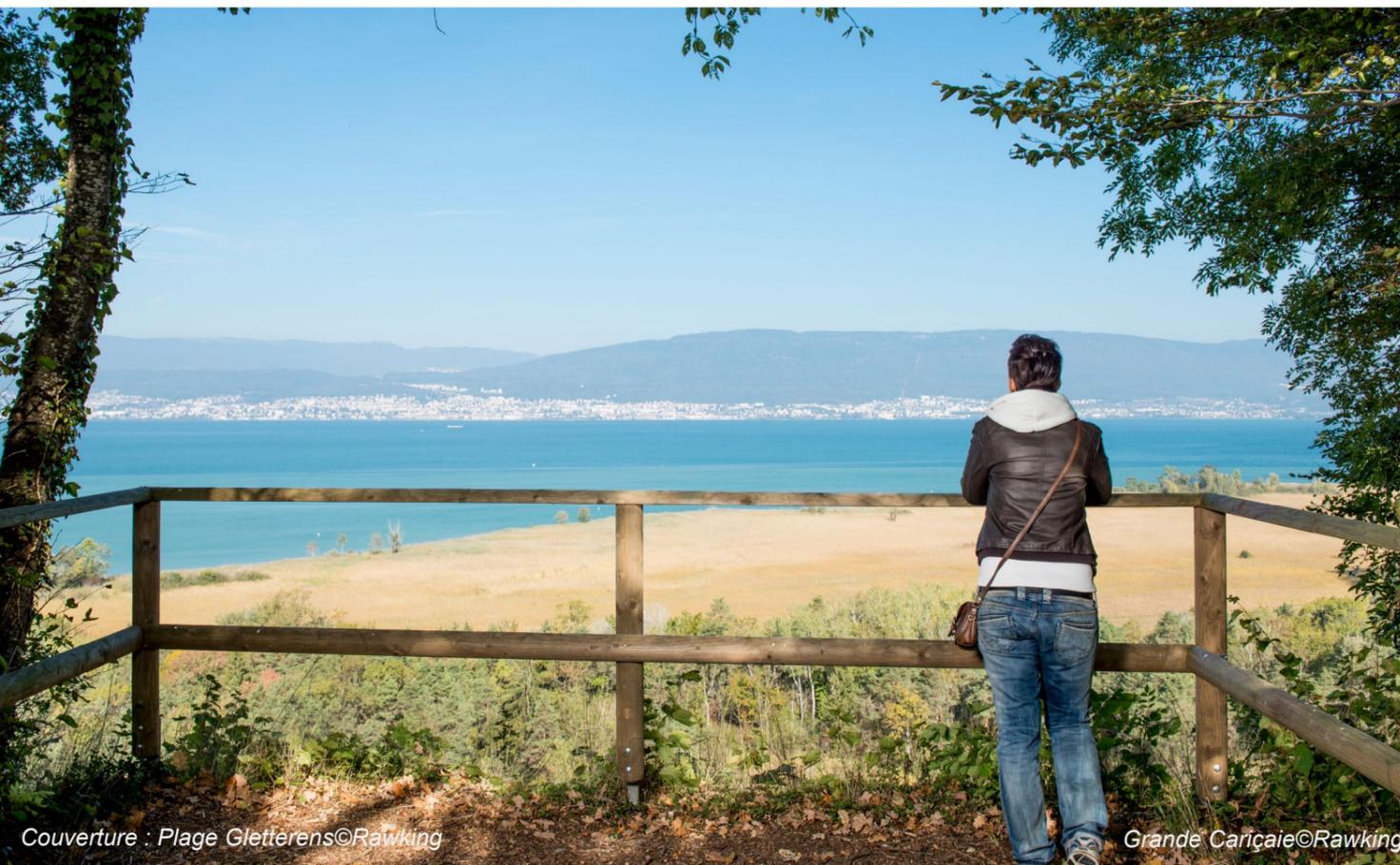
- Mise en place d'un parcours de visite interactive à Estavayer-le-Lac et à Payerne
- Développement de nouveaux jeux et balades guidés
- Développement et soutien à la création de nouveaux événements (Fête Médiévale, Vendanges Précoces, Festival des Roses, ...)
- Activité de billetterie étendue (spectacles, festivals, cartes CFF, cartes pour les croisières en bateaux,...)
- Soutien aux grands événements régionaux (Air14, Estavayer2016)

## Ressources

- Création d'un poste de stagiaire annuel
- Remaniement interne et création d'un poste de responsable animation et événementiel
- Augmentation des subventions et des taxes de séjours

Dans la continuité des projets entrepris, 2016 sera marqué évidemment par la fête fédérale de lutte et des jeux alpestres Estavayer2016, mais également par le développement et la mise en place d'un tout nouveau site web, par le remplacement des panneaux de bienvenue autoroutiers, par la création d'un nouveau document promotionnel pour les groupes, d'une brochure de sensibilisation au tourisme, par le développement d'un règlement interne y compris la mise à jour des cahiers des charges du personnel, et bien d'autres projets passionnants pour le bénéfice de toute notre magnifique région.

Laurent Mollard, Directeur



# Missions & Stratégie

Nous souhaitons rappeler ici les missions, la vision ainsi que les valeurs d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, dans l'objectif d'un développement harmonieux du tourisme au sein de la destination.

## Nos missions :

**Accueil et Information:** assurer l'accueil et l'information auprès des hôtes et de la population locale

**Marketing:** réaliser des actions de promotion auprès de la clientèle extérieure à la région et créer et commercialiser de nouveaux produits ;

**Manifestations et Animations:** favoriser, soutenir, créer et coordonner des animations et manifestations locales, régionales ;

4 **Conditions-cadres et Gouvernance:** contribuer à la mise en place de conditions-cadres et de structures institutionnelles qui favorisent le développement touristique de la région.

## Notre vision :

«Nous œuvrons pour une mise en valeur de la culture et du patrimoine de notre région. Nous fondons notre stratégie de croissance sur la diversité de nos activités de plein air et la richesse de nos traditions et dans cet esprit nous favorisons le développement de nouvelles offres conciliant à la fois le tourisme d'affaires et durable»

## Nos valeurs :

**Communication – Ecoute :** Nous portons une attention particulière à la qualité de notre communication et à l'échange transparent de l'information. Notre but est de construire des relations solides avec nos partenaires basées sur le partage et l'écoute.

**Collaboration – Esprit d'équipe :** Notre but est d'associer l'esprit d'équipe au respect de l'individu et des choix collectifs. Nous accordons beaucoup d'importance à la collaboration avec les acteurs touristiques régionaux et cantonaux.

**Ouverture – Flexibilité :** Curieux et ouverts aux changements, nous avons le souci de répondre au mieux aux évolutions du secteur touristique. Notre flexibilité permet de répondre avec professionnalisme aux différents besoins de nos hôtes.

**Initiative – Développement :** Nous manifestons notre volonté d'être en permanence à la recherche d'innovations et de nouvelles offres touristiques. Nous nous engageons à développer un tourisme respectueux des besoins des indigènes et de notre environnement naturel.

**Régionalité – Synergie :** Nous cherchons toujours à arriver à un résultat plus favorable en regroupant nos aptitudes et nous voulons rassembler les différentes compétences et forces qui nous entourent. Nous avons à cœur de mettre nos différences au service d'une région.

**Attractivité – Modernité :** Nous avons l'ambition de rendre notre destination attrayante en conciliant tradition et modernité. Nous voulons que des infrastructures de qualité et « high tech » ainsi que des offres novatrices permettent une mise en valeur de notre culture et nos paysages.

# Missions & Stratégie

## Objectifs stratégiques :

1. Développer la qualité des services des différents partenaires touristiques
2. Augmenter la capacité et la variété de l'offre d'hébergement
3. Renforcer la visibilité et la signalétique de la région
4. Optimiser la structure de l'Office du Tourisme
5. Développer une manifestation d'envergure régionale voire nationale
6. Créer de nouvelles offres et nouveaux produits touristiques
7. Intensifier les collaborations
8. Favoriser la mobilité douce



# Accueil & Information

## Statistiques touristiques

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

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

Ce projet ayant débuté en cours d'année 2014, et quelques mises au point ayant été nécessaires durant sa mise en place, ceci explique que nous n'avons pas, pour 2014, une base statistique au niveau de l'accueil à nos bureaux qui soit suffisamment complète pour établir des déductions précises. Nous sommes tout de même en mesure de constater, pour nos deux bureaux, un nombre accru de visiteurs durant la période estivale.

En revanche pour 2015, les points d'information à Estavayer-le-Lac et Payerne ont répondu à plus de 3'000 demandes purement touristiques. La majorité de notre clientèle (64%) 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 des éléments très importants. 33% utilisent le téléphone pour des renseignements et seuls 3% des demandes se font sous forme de courrier qu'il soit postal ou électronique.

Les différentes données relevées durant l'année 2015 nous montrent une forte affluence de visiteurs suisses, français et allemands suivie par les britanniques et les espagnols. Estavayer-le-Lac attire une grande diversité de touristes allant de 25 à 64 ans et autant familial, en groupe, en couple ou en solo, tandis que Payerne attire plus la curiosité des 45-64 ans voyageant seuls ou en couple.

## Service à la population

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 et est principalement touristique. En dehors de cette période, la clientèle est essentiellement régionale en raison de l'activité de billetterie et de service à la population de l'Office du tourisme. En 2015, durant les périodes de mai à décembre, les points d'information à Estavayer-le-Lac et Payerne ont répondu à plus de 7'500 demandes dont 35% concernent la billetterie. Un service que l'on ne peut négliger en sachant que près de 7'000 billets ont été vendus ou distribués par le biais de l'Office du tourisme, soit une moyenne de 25 transactions par jour !

## Information via nos bornes

Des bornes interactives ont été installées à la place des Bastians à Estavayer-le-Lac ainsi qu'à la place du Marché et à la gare de Payerne. Ces bornes tactiles, qui se présentent comme un smartphone géant, offrent aux visiteurs et à la population un accès à l'information touristique 24h/24, 7j/7. Le contenu de ces bornes, puisé dans le site internet de l'Office du tourisme, est évolutif. Des images panoramiques 360° sont également accessibles depuis la borne afin de se faire une idée de la situation de la ville et de la région. Durant la période de mai 2014 à février 2016, 1154 personnes ont utilisé la borne d'Estavayer-le-Lac, soit 74'916 pages vues par une majorité d'allemands (83%). Nous n'avons malheureusement pas pu obtenir de chiffres pour les bornes de Payerne.

## Déménagement d'Estavayer-le-Lac

En début d'année 2015, l'Office du tourisme a pris possession de nouveaux locaux pour le bureau d'Estavayer-le-Lac. Installé désormais sous des arcades, l'Office du tourisme gagne en accessibilité, en visibilité ainsi qu'en espace de travail.

# Hébergement

## Statistiques

2015 est l'année record en terme de nuitées avec 463'880 nuitées enregistrées pour notre région! 454'836 nuitées ont été enregistrées en 2014, 454'308 en 2013, 460'492 en 2012 et 449'748 en 2011. L'incertitude était grande en raison de l'abandon du taux plancher par la BNS, notre pays devenant moins attractif, en terme de prix, pour les touristes étrangers, alors qu'il devenait plus attrayant pour les suisses de voyager au delà de nos frontières. Nous constatons que ces craintes se sont révélées plus ou moins accentuées selon les régions et les types d'hébergements. Il est probable que le contexte socio-politique tendu a retenu certaines personnes et permis à la clientèle nationale d'être bien présente dans nos régions durant la saison estivale.

Sur les 5 dernières années, soit depuis 2011, l'augmentation globale du nombre de nuitées est de 3%, respectivement de 26% pour l'hôtellerie, 9% pour le camping, 1% pour les chambres d'hôtes, 0% pour les bateaux, alors qu'il y a une diminution de 7% pour les chalets et appartements et de 10% pour les hébergements collectifs.

Pour l'année 2015, nous observons une augmentation de 2% des nuitées par rapport à 2014. Les secteurs de l'hôtellerie (+9%) et du camping (+10%) tirent leur épingle du jeu avec des résultats exceptionnels. Ces derniers sont atténués par les chalets et appartements (-3%), les bateaux (-7%), les hébergements collectifs (-4%), et les chambres d'hôtes (-31%).

Alors que la présence d'un camp de près de 2500 scouts, qui s'est déroulé à Estavayer-le-Lac du 3 au 9 août, explique en bonne partie l'augmentation au niveau des campings, la diminution auprès des chalets et appartements s'explique surtout au passage observé de nombreux chalets de vacances au statut de résidences principales depuis les votations fédérales sur les résidences secondaires. Quant à la diminution sensible auprès des chambres d'hôtes, celle-ci ne trouve pas d'explication tangible.

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. Bien que cette tendance demeure, nous observons, en 2015, une légère augmentation des nuitées «visiteurs» (+4%) et une légère diminution des «résidentielles» (-4%). Ainsi, 24% des nuitées sont effectuées par des touristes de passage contre 20% en 2014, 19% en 2013 et 2012, et 17% en 2011.

Il est à relever que ces données statistiques se basent sur les taxes de séjour. Elles varient des statistiques éditées par l'OFS qui font actuellement l'objet d'ajustements. Ces indicateurs, bien qu'intéressants, ne permettent pas toujours de mesurer finement la fréquentation touristique d'une destination.

Nuitées hôtelières	2011	2012	2013	2014	2015	Evolution
Estavayer-le-Lac et Région	26'302	34'325	35'378	35'004	38'313	9%
Estavayer-le-Lac	22'924	30'093	29'868	29'652	33'186	11%
Delley-Portalban*	-	-	-	-	-	-
Montagny*	-	-	-	-	-	-
Cugy*	-	-	-	-	-	-
Saint-Aubin*	-	-	-	-	-	-
Payerne	4'922	4'232	3'475	3'618	4'324	16%
<b>Total</b>	<b>31'557</b>	<b>38'557</b>	<b>38'853</b>	<b>38'622</b>	<b>42'637</b>	<b>9%</b>

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

# Hébergement

Variation des nuitées	2011	2012	2013	2014	2015	Evolution 2014-2015
Hôtels	31'224	38'557	39'598	39'969	42'637	9%
Camping	161'810	163'227	157'878	160'091	178'200	10%
Bateaux	60'828	66'685	68'845	67'368	63'077	-7%
Chalets & appartements	175'399	173'837	170'126	168'766	163'168	-3%
Chambres d'hôtes	4'288	4'723	5'079	5'658	4'312	-31%
Hébergements collectifs	12'580	13'708	12'792	12'984	12'486	-4%
<b>Total</b>	<b>446'129</b>	<b>460'737</b>	<b>454'318</b>	<b>454'836</b>	<b>463'880</b>	<b>2%</b>

Nous avons renforcé en 2015 nos collaborations régionales et étendu notre périmètre de promotion à la Commune de Cudrefin jusqu'au Centre nature La Saugue. N'ayant pas pu obtenir les données antérieures à 2014 à propos des nuitées de Cudrefin, nous ne les avons pas encore intégrées aux statistiques présentées précédemment. Voici néanmoins les variations des nuitées pour la commune de Cudrefin entre 2014 et 2015: une augmentation de 1% pour les campings et une diminution de -1% pour les bateaux, de -55% pour la location de chalets et appartements s'inscrivant dans la tendance régionale (les nuitées résidentielles sont stables). La commune se distingue avec 31% d'augmentation pour les chambres d'hôtes ainsi que 23% pour les hébergements collectifs.

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

Rappelons que pour soutenir et encourager l'ouverture de chambres d'hôtes, l'Office du tourisme a édité, en 2012, un guide pratique à destination des propriétaires intéressés par l'accueil touristique. Le guide, repris entre temps par plusieurs destinations, fournit des pistes et des conseils pour avancer dans un projet mais aussi pour étudier les conditions de rentabilité financière, les motivations et les implications en terme de temps et de disponibilité. Cette brochure peut être obtenue gratuitement à l'Office du tourisme ou sur notre site internet.

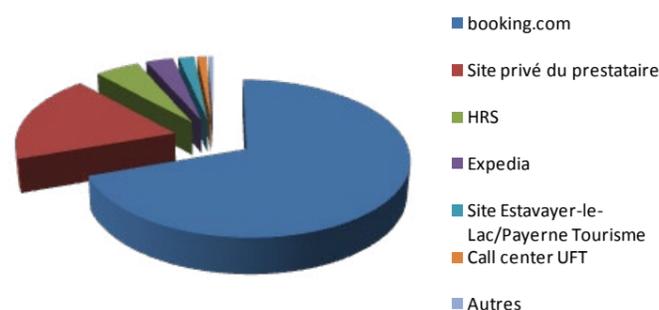
## Plateforme de réservation en ligne

Depuis 2011, l'Office du tourisme utilise la plateforme TOMAS (Touristic Online Management System) pour assurer une visibilité optimale de l'ensemble de l'offre en hôtellerie et parahôtellerie. En 2015, plus de 60 hébergements tous types confondus sont catalogués. Rappelons que la mise sur pied de ce système a permis aux hébergements de la région de se lancer dans le domaine aujourd'hui incontournable des réservations en ligne.

Les prestataires qui le souhaitent ont également la possibilité via le système de gérer eux-mêmes leurs contingents et ainsi de profiter d'une plateforme de réservation en ligne modulable.

Les réservations en ligne via Tomas sont stables depuis 2014. En 2015, 3'528 nuitées ont été réservées via Tomas (contre 3'504 en 2014, 2'642 en 2013) pour un chiffre d'affaire de CHF 277'366.- (contre CHF 254'907.- en 2014 et 174'445.- en 2013), tous établissements confondus.

En 2015, le 70% des réservations en ligne sur TOMAS ont été faites via booking.com, leader de la branche. Par ailleurs, près de 20% des réservations en ligne se font directement à partir du site du prestataire, à qui la possibilité de raccorder le système sur sa page est offerte.



## Hébergement pour Estavayer2016

La prochaine Fête fédérale de lutte et des jeux alpestres Estavayer2016 engendrera un nombre extrêmement important de nuitées dans la région.

Depuis 2014, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme coordonne et optimise la présentation de l'offre dans la région et au delà. En 2015, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a mis en place la page « visiteurs » de la fête [www.estavayer2016.ch](http://www.estavayer2016.ch) et se charge de sa régulière mise à jour.



«Hébergement»

### HÉBERGEMENT



Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a également créé une plateforme facilitant la mise à disposition de lits ou de terrains par les habitants. Déjà testée durant Air14, cette plateforme construite selon le modèle de dépôt de petites annonces insiste sur le caractère convivial d'une telle démarche. [www.goodnight-estavayer-payerne.ch](http://www.goodnight-estavayer-payerne.ch) est fonctionnel depuis l'automne 2015.



# Produits touristiques

## Forfaits touristiques

La vente de nos forfaits touristiques est stable en 2015. Au total 28 forfaits ont été commercialisés contre 24 en 2014, 27 en 2013 et 16 en 2012. Nous avons pu constater que l'offre « Séjour Romantique » proposant une croisière avec la LNM comprenant un repas à bord et une nuitée à Estavayer-le-Lac a bien fonctionné malgré une légère baisse avec 14 forfaits vendus (22 en 2014 et 22 en 2013). L'offre du Séjour Romantique sera reconduite en 2016.

2 forfaits de l'offre « Lac'Aventure » ont été vendus en 2014 contre 4 en 2013. Cette offre a été abandonnée en 2015 et remplacée par un forfait « Fun & Relax » en collaboration avec Alphasurf. Cette offre invite les visiteurs à dormir à Estavayer-le-Lac et à profiter de la panoplie d'activités proposées par Alphasurf avec une fondue au bord de l'eau. Un choix judicieux qui a porté ses fruits avec 14 forfaits réservés en 2015. Une offre « Culture & Terroir » a été créée pour la saison 2015 proposant un séjour à Payerne par la découverte du centre historique et de l'Abbatiale ainsi que la dégustation d'une assiette du terroir au Café du Marché. Ce forfait n'a pas apporté le succès escompté mais sera reconduit en 2016 avec un rabais supplémentaire pour le musée de l'aviation militaire Clin d'Ailes.

Pour rappel, bien que les ventes demeurent modestes, ces forfaits ont pour objectif principal de valoriser les atouts touristiques de notre destination, tout en générant des nuitées hôtelières. L'aspect commercial est évidemment important mais il faut insister sur le fait que ces séjours ont avant tout une fonction de promotion. Fortement relayés par Suisse Tourisme mais aussi par l'UFT et l'OTV, ils permettent d'assurer la présence de nos offres sur les campagnes comme ce fut le cas pour la campagne suisse de l'UFT. Ces forfaits soutiennent également nos actions de marketing que nous menons en direct dans les médias suisses.

## Les Calèches Nature & Saveurs

Les excursions en Calèches Nature&Saveurs (CNS) sont stables avec 9 sorties pour un total de 16 attelages et 158 personnes. Les groupes ayant profité de cette offre en 2015 viennent des régions de Fribourg, Vaud, Valais et le Jura. Nous avons eu 10 sorties en 2014, 13 sorties en 2013 contre 17 sorties en 2012 et 12 en 2011.

Une sortie spéciale a été organisée cette année, le 14 juin, par le biais de l'Office du tourisme. Le produit CNS touchant habituellement les groupes, cette sortie spéciale s'adressait aux individuels. Celle-ci a rencontré un vif succès avec 39 adultes et 19 enfants. Cette expérience sera reconduite en 2016.

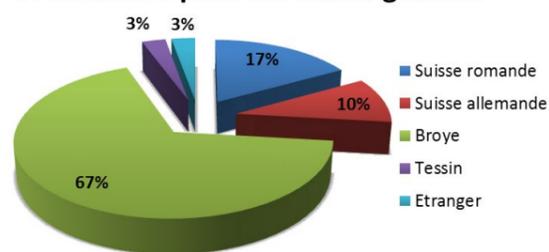
Des balades en calèches ont été proposées durant la manifestation « Festival des Roses » à Estavayer-le-Lac. Plusieurs dizaines de personnes ont profité de cette balade à prix réduit qui avait pour but de promouvoir le produit complet.

## Visites guidées et jeux

### Estavayer-le-Lac

Nous observons une augmentation des visites guidées à Estavayer-le-Lac, 45 visites pour 2015 contre 33 en 2014 et 36 en 2013, le nombre de participants se porte à 683 en 2015, 601 en 2014 contre 506 en 2013. Alors que la majorité des visites se sont déroulées en français et en allemand, il est intéressant de constater une nouvelle proportion de visites en italien et en anglais.

### Provenance pour les visites guidées



Les jeux à destination des groupes d'enfants sont stables depuis 2013. Nous sommes passés de 36 jeux en 2012 à 64 jeux en 2013, 90 en 2014 et 54 jeux pour 1179 enfants en 2015. Rappelons qu'un nouveau jeu à destination des écoles, prenant appui sur le programme pédagogique de l'instruction publique fribourgeoise, a été mis sur pied par l'Office du tourisme en 2013 afin de revaloriser ces activités ludiques.

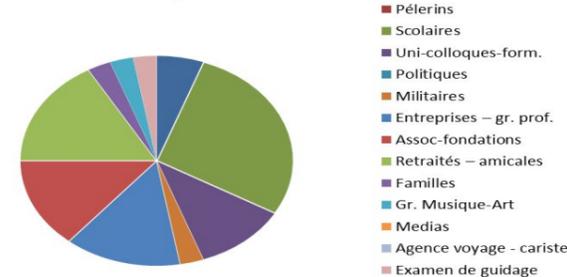
## Visites guidées

### Payerne

38 visites guidées de l'Abbatiale et du centre historique de Payerne ont été organisées directement par le personnel de l'Abbatiale en 2015. La légère baisse par rapport au 42 en 2014 et 48 en 2013 est justifiée principalement par les travaux de restauration. Au total près de 600 personnes ont profité d'une visite commentée de ce haut lieu historique.

A noter que 1'200 personnes ont également visité l'Abbatiale dans le cadre de visites de groupes libres. Vous trouverez ci-dessous un graphique relevant le type de groupe ayant visité la ville de Payerne en 2015.

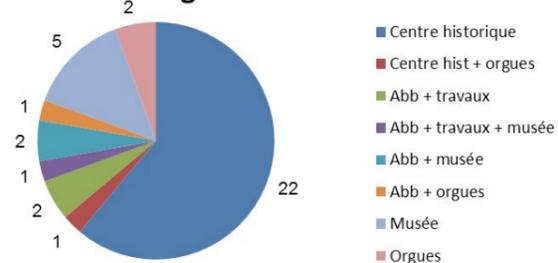
### Type de groupe, nombre de visites guidées 2015



Un comité de travail comprenant les acteurs principaux de l'Abbatiale et de l'Office du tourisme a longuement travaillé durant l'année 2014 sur une réorientation des visites guidées. Le choix final s'est porté sur une formule personnalisée et modulable.

Nous pouvons constater sur le schéma ci-dessous que la visite du centre historique a été majoritairement choisie mais que la diversité de l'offre est très positive et commence à séduire nos visiteurs..

### Objets de la visite, nombre de visites guidées 2015



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

Ces parcours en 3 langues (français, allemand et anglais) ont l'avantage d'offrir aux visiteurs individuels une alternative aux visites guidées afin de les emmener à la découverte du riche passé de nos cités historiques.

Nos deux circuits proposent aux visiteurs une balade d'environ 1h30 comportant 16 postes. A chaque poste, en complément de l'information écrite, chacun peut, à l'aide de son smartphone, scanner un code QR qui le renverra immédiatement à un commentaire audio sur un fond musical composé pour l'occasion. D'une manière ludique, cela offre aux visiteurs des anecdotes et autres compléments d'information relatifs au lieu où il se trouve. Un dépliant présentant les circuits d'Estavayer-le-Lac et de Payerne a été créé pour compléter ce projet, exposant une introduction historique de chacune des villes ainsi que des cartes des parcours suggérés. L'idée de ce dépliant commun est d'intéresser les visiteurs à découvrir nos deux villes. Le parcours d'Estavayer-le-Lac a été inauguré à la mi-juillet 2013 et celui de Payerne à la mi-juillet 2014.

Sur l'ensemble de nos circuits, nous comptons une augmentation de visiteurs avec 1'202 en 2015 et près de 5'000 pages téléchargées contre 717 en 2014 et 4'000 pages téléchargées.

En 2015, les visites ont été plus nombreuses sur les mois de juillet et août, avec une fréquentation importante le mercredi.

Les visiteurs ayant profité de cette offre viennent principalement de Suisse, mais également d'Ukraine, des Etats-Unis, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, du Brésil, de la France, et de divers pays dont le Japon.

Les emplacements les plus prisés en 2015 sont :

- Château de Chenaux, Estavayer-le-Lac
- Café du Marché, Payerne
- Parcours des Biches, Payerne
- Collégiale Saint-Laurent, Estavayer-le-Lac
- Banc des halles, Estavayer-le-Lac
- Tour de la Trahison, Estavayer-le-Lac
- Cour du Château, Payerne
- Maison des Sires, Estavayer-le-Lac

# Transports touristiques

## Petit Train d'Estavayer-le-Lac

Les statistiques de fréquentation du Petit Train d'Estavayer-le-Lac montrent une jolie augmentation. Au total 5'196 tickets individuels ont été vendus en 2015 contre 4'619 en 2014 et 5'097 en 2013. La fréquentation des courses spéciales est également positive avec 61 en 2015 contre 50 en 2014.

L'utilisation du Petit Train durant l'itinéraire des crèches est aussi en légère augmentation avec 725 passagers en 2015 contre 649 en 2014 et 635 en 2013. En effet, la fréquentation a été de 14.5 passagers par heure en 2015, contre 5.5 en 2010, 260% d'amélioration en 5 ans !



## PubliBike - réseau Les Lacs

Notre destination s'est dotée de cinq stations grâce à l'investissement des communes de Cheyres, d'Estavayer-le-Lac et de Payerne. Le réseau «Les Lacs» offre aux visiteurs la possibilité de découvrir notre région, en lien avec les villes de Morat, Avenches et Romont. Les ventes de cartes journalières indiquent une utilisation touristique marquée avec un pic de fréquentation durant l'été. Près de 165 cartes journalières ont été vendues à nos guichets touristiques. Une nette augmentation de vente d'abonnement RegioBike « Les Lacs-Romont » et de cartes journalières DayBike a été constatée durant l'année 2015.

Il est intéressant de relever que le départ le plus fréquenté par les utilisateurs est la place Nova Friburgo d'Estavayer-le-Lac (148 transactions) suivie par :

- la gare de Morat (130),
- la place des Bastians à Estavayer-le-Lac (124),
- la gare d'Estavayer-le-Lac (118)
- la gare d'Avenches (110)
- la gare de Payerne (63)
- la station Nespresso d'Avenches (61)
- la place du Port à Cheyres (55)
- la gare de Romont (17)
- la station Nespresso de Romont (1)

## Navigation

La Société de navigation des lacs de Neuchâtel et Morat (LNM) qui dessert, dans notre destination, les débarcadères d'Estavayer-le-Lac, Portalban, Chevroux, Cudrefin et La Sauge a connu une exceptionnelle hausse de fréquentation.

En 2015, 39'830 passagers ont débarqué ou embarqué à Estavayer-le-Lac (contre 16'809 passagers en 2014 et 22'923 en 2013), soit 236% de hausse de fréquentation!

Une hausse significative due principalement à la promotion faite par l'Office du tourisme, la météo presque paradisiaque durant l'été et la gratuité des transports de vélos à bord, la LNM étant la seule compagnie de Suisse à offrir cette prestation.

Les ports de Portalban, de Chevroux et de Cudrefin/La Sauge ont connu une très légère baisse due probablement aux forts succès du débarcadère d'Estavayer-le-Lac favorisant les longues croisières.

- 15'245 à Portalban (contre 15'872 en 2014 et 16'363 en 2013)
- 1'326 à Chevroux (contre 1'355 en 2014 et 1043 en 2013).
- 10'543 à Cudrefin (contre 11'277 en 2014 et 11'827 en 2013)
- 4605 à La Sauge (contre 5'956 en 2014 et 5'612 en 2013)

Estavayer-le-Lac, puis Portalban, arrivent toujours dans le peloton de tête parmi les stations de la LNM les plus fréquentées. Estavayer-le-Lac prend la 3ème place, après Neuchâtel et Morat. Portalban suit à la 5ème place toute juste après Bienne.



# Animations

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

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

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



fête-médiévale©MlkeB

En 2015, l'Office du tourisme a organisé ou soutenu de manière importante les manifestations suivantes :

- Les Concerts des Ténèbres à Payerne (avril)
- L'Enigme du Lapin de Pâques à Estavayer-le-Lac (avril)
- Le Marché d'Printemps à Payerne (mai)
- Le festival du jeu Ludimania'k à Estavayer-le-Lac (juin)
- Le festival des Roses à Estavayer-le-Lac (juin)
- Les Concerts de la Lumière à Payerne (juin)
- Le Red Pigs Festival à Payerne (juin)
- Swing in the Wind, Street jazz festival à Estavayer-le-Lac (juillet)
- Le Marché staviacois à Estavayer-le-Lac (juillet)
- L'Estivale Open Air à Estavayer-le-Lac (août)
- La Brocante en plein air à Estavayer-le-Lac (août)
- La Bénichon, le concours de la meilleure moutarde et la fête 1 an avant Estavayer2016 à Estavayer-le-Lac (août)
- Artephile – concours de peinture populaire à Estavayer-le-Lac (septembre)
- La Fête médiévale d'Estavayer-le-Lac (septembre)
- La Route du Moût Lavaux-Payerne (octobre)
- Le Salon des Dégustations à Payerne (novembre)
- L'itinéraire des crèches à Estavayer-le-Lac (décembre)
- Le concert et les festivités du Nouvel An à Payerne (décembre)

L'Office du tourisme soutient de nombreuses autres manifestations par le biais soit d'un sponsoring, de la gratuité de la billetterie ou encore par le travail du personnel de l'Office du tourisme.

# Marketing & Promotion

Avec un budget annuel de CHF 166'153.- consacré à la promotion, Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme maintient ses efforts promotionnels et poursuit l'orientation marketing prise depuis 2011. A savoir :

- Investissements sur les plateformes de promotion de Fribourg Région, de l'Office du tourisme du canton de Vaud et de Jura-Trois-Lacs
- Collaboration renforcée avec les Offices du tourisme d'Avenches, de Morat et de Moudon ainsi qu'Yverdon-les-Bains
- Actions de promotion et actions de marketing directes
- Production et diffusion de brochures promotionnelles
- Développement du site internet

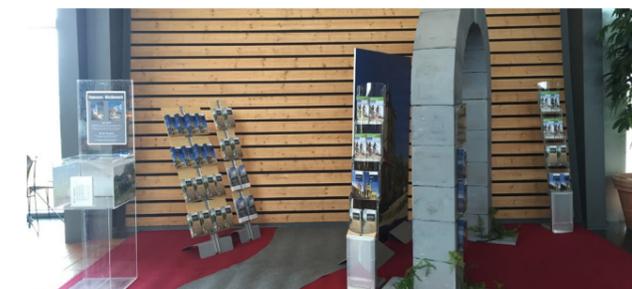
## 2015 : #AMOUREUXDELASUISSE

En 2015, la thématique travaillée et déclinée par Suisse Tourisme dans ses campagnes était « le Grand Tour de Suisse », #AMOUREUXDELASUISSE. Nous avons adapté ce choix en orientant en partie nos actions de marketing sur les thématiques de la mobilité douce et de la diversité qu'offre notre destination. Nous avons notamment :

- Développé une brochure MOOD en collaboration avec les offices du tourisme d'Avenches et Moudon, l'Association régional du Lac et soutenu par la Coreb. Un support imagé qui donne un ton rêveur à notre destination accompagné d'une carte représentant l'ensemble des activités à ne pas manquer. Cette brochure prévue pour être distribuée au delà de nos destinations et de nos frontières a pour objectif l'augmentation de l'attrait de notre région et l'augmentation de la durée du séjour.
- Conçu et développé un stand d'été au restoroute Rose de la Broye à Lully sur la thématique des réserves naturelles de la Grande Cariçaie en mettant en évidence notre produit Calèches Nature & Saveurs.
- Assuré une présence dans la brochure Railway «Idées de loisirs été», valorisant la région de Cheyres et sa proximité avec les réserves naturelles de la Grande Cariçaie et ses possibilités en cyclotourisme et randonnées.

## Stand Restoroute de Bavois

D'entente avec Yverdon-les-Bains & Région, le restoroute Rose de la Broye à Lully et le restoroute de Bavois, nous avons établi depuis 4 ans un échange afin que nous puissions nous présenter durant 1 mois à Bavois alors que la région d'Yverdon se présente durant 1 mois à Lully. Cet échange nous permet de toucher un public supplémentaire. En 2015, nous avons ainsi mis en place, au restoroute de Bavois, un stand de promotion de mi-mai à fin juin valorisant nos patrimoines, en misant sur nos parcours multimédia QR-codes. Cet échange sera reconduit en 2016 sur une thématique qui reste encore à définir.



## Stand Rose de la Broye

Durant les mois de juillet et août, nous avons mené une action de promotion au restoroute Rose de la Broye avec un stand sur la thématique nature avec les réserves naturelles de la Grande Cariçaie, dans un but de mise en valeur de notre produit « Calèches Nature & Saveurs ». Une véritable calèche, un observatoire avec des authentiques oiseaux empaillés et du bruitage ont été utilisés pour attiser la curiosité des passants. Le stand a rencontré un vif succès. Dans un objectif de renforcer l'attractivité de notre stand pour le public de passage, nous avons collaboré avec le Village Lacustre de Gletterens présent lors des week-ends à forte fréquentation. Les différents animateurs du Village lacustre organisaient des ateliers de fabrication de bijoux. Le bilan de cette action est très positif, avec plus de 3'000 brochures distribuées.



# Marketing & Promotion

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

## FESPO à Zürich

En collaboration avec l'office du tourisme cantonal «Jura 3 lacs», nous avons représenté notre région à la foire des vacances et des voyages organisée à Zürich.

## Salon international des sites clunisiens à Moissac (F)

M. Daniel Bosshard, conservateur de l'Abbatiale, a représenté les régions d'Estavayer-le-Lac/Payerne, Yverdon-les-bains, Romainmôtier et Nyon. Un stand informatif a été installé sur place durant toute la période du salon. Une promotion utile au cœur d'une foire représentant les sites clunisiens suisses, un événement d'importance européenne qui nous a permis de toucher plusieurs publics différents : professionnels du voyage, tours opérateurs, un public passionné par l'histoire de Cluny, et les politiques françaises. L'expérience ne sera pas reconduite en 2016, les organisateurs ayant opté pour un autre canal de communication.



## Actualisation et mise à jour des brochures

En 2015, nos efforts se sont essentiellement concentrés sur deux brochures :

- la mise à jour de notre guide d'informations générales (info guide) et de son concept publicitaire, imprimé à 15'000 exemplaires et en 3 langues (F/D/E)
- la création d'une brochure commune MOOD et de son plan touristique sous forme de pocketcard, imprimée à 60'000 exemplaires et en 3 langues (F/D/E)



**Nous avons distribué en 2015 :** 13'100 exemplaires de l'info guide, 3'200 cartes de la Grande Carrière, 4'100 plans d'itinéraires à vélo ainsi que 3'000 brochures du circuit QR-codes.

# Marketing & Promotion

## Actions marketing dans la presse

En 2015, nous avons mené plusieurs actions de marketing dans les médias suisses et étrangers :

- 1 page dans le magazine CFF-RailAway « Beaux villages » valable du 1er avril au 31 octobre 2015 afin de faire la promotion de Cheyres et de proposer des attractions à découvrir (tirage 240'000 exemplaires et 448'000 lecteurs)
- 1.5 page dans le magazine Auf Reisen, mettant en évidence les activités de groupes et le patrimoine de nos villes (tirage à plus de 31'000 exemplaires).
- 8 pages dans le magazine Petit futé, sur l'ensemble de notre région (utilisé par 35'000 francophones et téléchargé plus de 37'000 fois).

Nous avons également obtenu une présence dans l'encart de Suisse Tourisme distribué dans le journal COOP (608'543 exemplaires pour un lectorat de 686'000 personnes).

## Actions marketing à la télévision

En 2015, nous avons bénéficié de plusieurs reportages :

- Reportage sur la RTS, thématique « Les émigrés de Nova Friburgo » (1'270'000 téléspectateurs)
- Reportage de la Télévision Belge RTL.TVI sur le Maïs Hôtel (428'000 téléspectateurs)

## Actions marketing à la radio

En 2015, nous avons bénéficié de plusieurs reportages :

- Emission sur radio Fribourg, interview sur la région de plus de 8 min (100'000 auditeurs/jour)
- Interview sur Rouge FM pour la chasse au trésor « Enigme de Pâques » (114'300 auditeurs)



# Marketing & Promotion

## Actions marketing diverses

En 2015, nous avons bénéficié de plusieurs actions marketing. Vous trouverez quelques exemples ci-dessous :

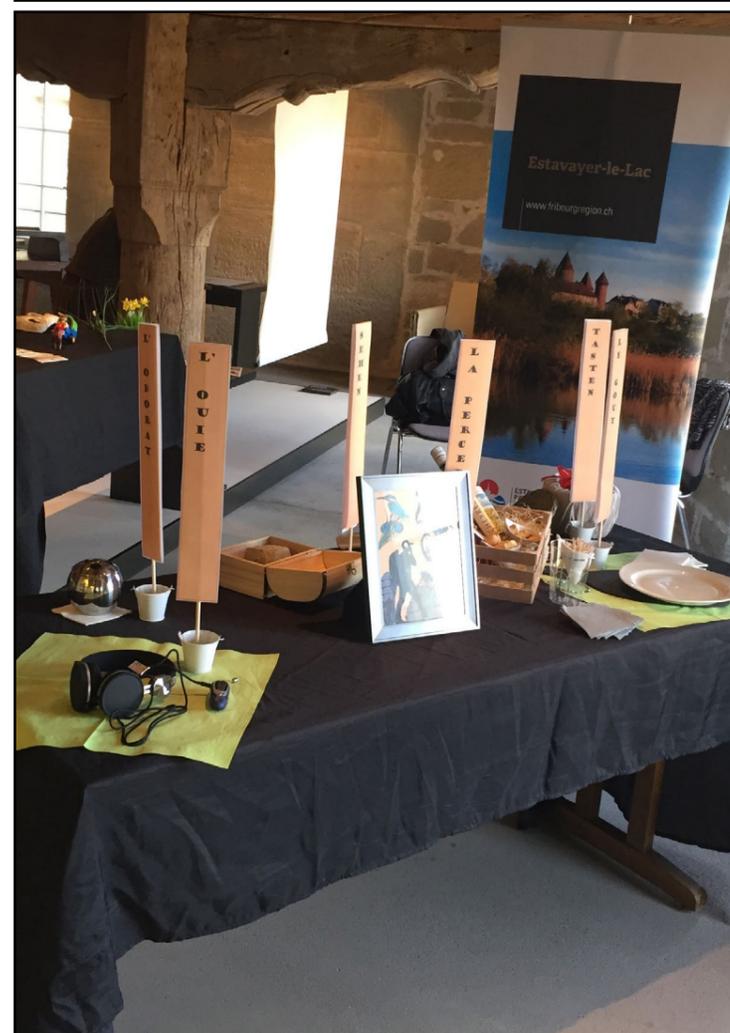
- Présentation de notre région lors de la rencontre du réseau PRO tourisme réunissant l'ensemble des acteurs touristiques fribourgeois.
- Participation aux concours de Swissmilk-Tschibo et General Media et celui organisé entre les groupes Nestlé et Coop
- Présence dans le calendrier Volg (50'000 exemplaires diffusés en Suisse allemande)
- Article sur la page Agrihebdo.ch sur la route du Moût, sur la page Cath.ch avec l'Abbatiale, sur le Blog CFF article partie Berne/Fribourg semaine du 12 août 2015 et mise en valeur de notre région à l'aide de visuels sur [www.switzerland-rando.ch](http://www.switzerland-rando.ch)
- Présence sur la carte dans SWISS MAGAZINE se trouvant dans les avions Swiss
- Stands au salon des dégustations de Payerne, lors de la rencontre des nouveaux habitants de Payerne et lors de la Bénichon d'Ecuvillens
- Distribution de sacs promotionnels notamment à la rencontre FIVA et à la convention internationale des Roses

## Visites de presse

En 2015, nous avons reçu plus de 20 journalistes en provenance notamment de Suisse, de France, d'Allemagne, de Belgique, de Pologne, d'Ukraine, de Grande-Bretagne, des Etats-Unis, de Thaïlande, de République tchèque, d'Hong Kong, de Chine, d'Indonésie ou encore d'Australie. Il convient de rappeler que l'accueil de journalistes est un élément très important qui nous permet de faire une promotion à fort impact. Bien que nous ne maîtrisons pas ou très peu le contenu des reportages réalisés, nous mettons tout en œuvre pour que les journalistes soient accueillis dans les meilleures conditions et reçoivent toute l'information dont ils ont besoin.

Vous trouverez ci-dessous une liste non-exhaustive des différents articles parus suite à leurs visites :

- Visite de deux journalistes du journal n°1 en Allemagne « Süddeutsche Zeitung » pour un reportage sur la Grande Cariçaie et la ville d'Estavayer-le-Lac (1'130'000 lecteurs)
- Article dans le Schweizer Familie sur le Village Lacustre (tirage 189388, lecteurs 651'000)
- Article dans la partie « 40 bons plans loisirs été » dans le magazine L'Illustré (tirage 74 901, lecteurs 318 000)
- 6 pages sur la région dans le « Bien Vivre au Pays de Vaud » (tirage 15'500 ex)
- Article dans le magazine « Active Live » sur Payerne (34'000 tirages)
- Article dans la brochure BIRSECK-REISEN+TRANSPORTE AG à Arlesheim avec la route du Moût
- Article dans le journal «le bel été» magazine fribourgeois de loisirs 2015
- Article dans le guide des idées de week-end paru via [loisirs.ch](http://loisirs.ch) - 1ère édition sur le château de la Corbière
- Article sur le Cable Ski dans le Routard (150'000 exemplaires)
- Article sur la Grande Cariçaie dans le magazine COOP (exemplaire 2.8 millions)
- Article sur Estavayer-le-Lac dans Magazine Wysokie Obcasy (Extra – Pologne, 360'000 contacts)
- Article sur Estavayer-le-Lac dans Natali Magazine (Ukraine, 1'125'000 contacts)
- Article sur Estavayer-le-Lac dans Maximillian (Indonesie, 87'500 contacts)
- Articles sur Estavayer-le-Lac dans Oriental Daily News (Oriental Press Group Ltd – Hong Kong, 700'000 contacts)



# Marketing & Promotion

## Site internet

Internet constitue un canal de communication et de promotion incontournable. Il est réjouissant de constater une progression continue de la fréquentation en 2015. 168'609 visites ont été enregistrées en 2015 contre 166'001 en 2014, 105'299 en 2013, 79'256 en 2012 et 85'239 en 2011, ce qui soutient les efforts continuellement entrepris dans cet outil de promotion essentiel.

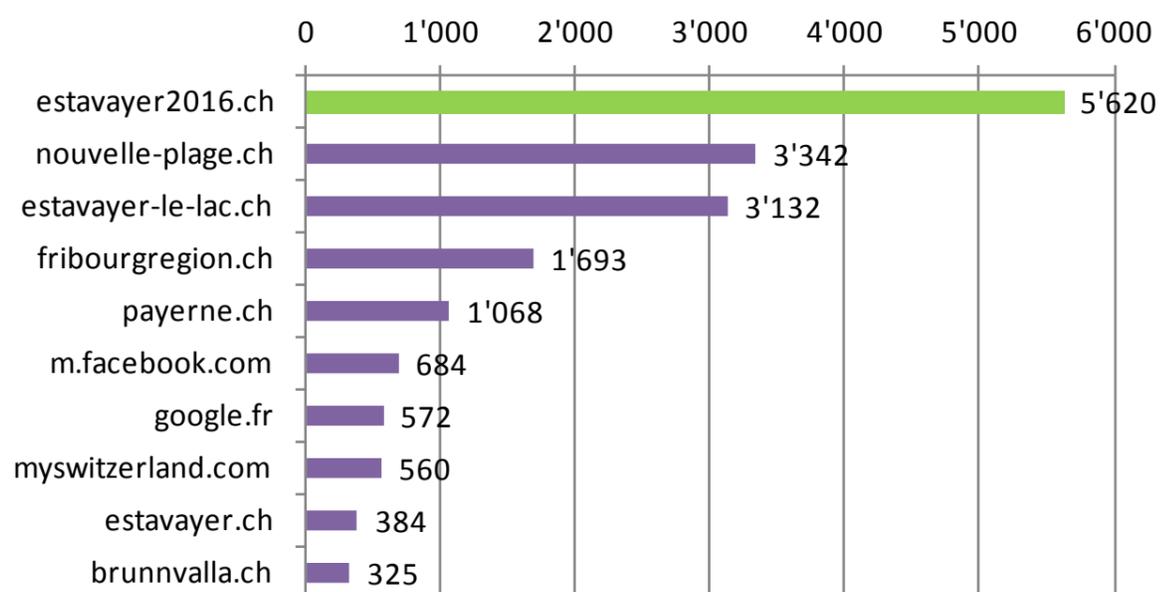
S'agissant des centres d'intérêt des internautes, il est intéressant de relever que les pages en français les plus consultées sont : les manifestations, suivies des news et de l'hébergement. En allemand, les pages les plus consultées sont : l'hébergement. Les pages les plus consultées en anglais sont l'hébergement, suivi du karting et des manifestations.

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

Afin de répondre aux impératifs d'un marché toujours plus innovant, un tout nouveau site internet verra le jour durant l'année 2016. Piloté à l'échelle du canton de Fribourg, le nouveau site se verra plus visuel et plus émotionnel.

Chiffres clés internet	2011	2012	2013	2014	2015
Nombre de visites	85'239	79'259	105'299	166'001	168'609
Total des visiteurs uniques	62'811	58'395	77'523	124'781	124'950
Nombre de visites moyen par jour	233.55	217.13	288.49	454.79	461.94
Durée moyenne d'une visite	1 min 58	2 min 21	2 min 20	2 min 18	2 min 02
Nbre moyen de pages vues par visite	3.03	3.03	3.31	3.31	2.98

## Site de références



# Marketing & Promotion

## Newsletter

Depuis 2013, l'Office du Tourisme envoie quatre newsletters par année, soit une par saison, à plus de 1200 contacts. Cette pratique permet ainsi de fidéliser les personnes intéressées par notre destination et de les tenir informées de nos offres, des nouveautés, des événements qui se déroulent dans la région et de mettre en avant divers temps forts selon la saison. Cette action influence de manière positive la fréquentation de notre site internet.

Les newsletters sont envoyées en français à 687 contacts et en allemand à 675 contacts. En ce qui concerne la newsletter francophone, nous observons un taux d'ouverture total de 60% en moyenne, pour un taux d'ouverture unique de 30%. A propos de la newsletter germanophone, le taux d'ouverture total est de 41% en moyenne pour un taux d'ouverture unique de 25%.

## 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.

Une campagne virale à l'échelle cantonale a été mise en place par l'Union Fribourgeoise du Tourisme. Notre région a publié du 10 au 17 août 2015 différents teasers puis une vidéo humoristique sur la partie fribourgeoise de notre destination.

La popularité de notre page est en constante progression, 205% d'augmentation de j'aime en 2015. La cible des 25-44 ans est la plus présente, avec un équilibre hommes-femmes.

Le concept a été réalisé à l'aide d'une GO PRO par le personnel de l'Office du tourisme et sans aucun frais. Le résultat a dépassé toutes les attentes avec 29'865 portées et plus de 5'600 clics.



# Comptes 2015

L'année 2015 se boucle avec un déficit de CHF 15'297.-. Ce résultat s'explique premièrement en raison de frais supplémentaires liés au déménagement de l'Office du tourisme à Estavayer-le-Lac pour un montant avoisinant CHF 26'000.- (câblage électrique, réseau internet, double loyer sur toute l'année, remise en état des façades des anciens locaux, et mise en place d'une paroi de séparation entre le front et le back office.)

Deuxièmement, un montant avoisinant CHF 12'200.- aurait dû être versé en 2015 à l'Office du Tourisme dans le cadre d'un partenariat, ce qui n'était pas le cas au 31 décembre 2015. Par prudence, ce montant a été porté en perte.

Le bilan et les comptes 2015 peuvent être obtenus auprès d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme.

# Personnel

## Le personnel d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

Mme Déborah Guignard a donné sa démission à la fin de l'année 2014 et a quitté l'office du tourisme en février 2015 après avoir passé 8 années au sein de l'Office. Un nouveau poste de Responsable Animations & Evènementiel a été attribué à Mme Sophie Giuliano qui a débuté en février 2015. Mme Margot Bernet a été engagée en juin 2015 en tant que stagiaire.

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

#### M. Laurent Mollard

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

#### Mme Vanessa Betschart

Marketing et Relations publiques (100%)

#### Mme Chantal Volery

Assistante de direction (80%)

#### Mme Nathalie Binggeli

Web et Office (70%)

#### Mme Sophie Giuliano

Animations et Evènementiel (60%)

#### Mme Marianne Aeschbacher

Visites guidées et Randonnées (50%)

#### Mme Margot Bernet

Stagiaire à 100%

# Comité

## Le Comité

La Présidence de l'Association Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme a été attribuée, pour les années 2015-2016, à M. Michel Zadory, Mme Christelle Luisier Brodard devenant ainsi Vice-présidente. De plus, suite à une redistribution des dicastères au sein du Conseil communal d'Estavayer-le-Lac, M. Dominique Aebischer a été remplacé dès mars 2015 au sein du Comité par M. Eric Rey.

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

#### M. Michel Zadory

Président d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, Conseiller communal de la commune d'Estavayer-le-Lac

#### Mme Christelle Luisier Brodard

Vice-présidente d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme, Syndique de la commune de Payerne

#### M. Eric Rey

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

#### M. Christian Friedli

Municipal, représentant de la commune de Payerne

#### Mme Anne Meyer Loetscher

Représentante de la SD d'Estavayer-le-Lac

#### M. Claude Berger

Représentant de la SD de Payerne

#### M. Gilles Borgognon

Représentant de la SD d'Estavayer-le-Lac

#### Mme Jacqueline Rostan

Représentante de la SD de Payerne

#### M. Laurent Mollard

Directeur d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme

#### Mme Vanessa Betschart

Responsable Marketing et Relations publiques d'Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme



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

## Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme

Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac

Rue de l'Hôtel de Ville 5

1470 Estavayer-le-Lac

T +41 (0)26 662 66 80

F +41 (0)26 662 66 81

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch

Office du tourisme de Payerne

Place du Marché 20

1530 Payerne

T +41 (0)26 662 66 70

F +41 (0)26 662 66 81

tourisme@estavayer-payerne.ch

www.estavayer-payerne.ch

