



Travail de Bachelor

Analyse de l'état du tourisme de Cudrefin et proposition de développement de l'offre touristique.



Réalisé par : Aline Burri

Professeur responsable : Rolf Wilk

Mandant : Commune de Cudrefin

Rendu le : 15 décembre 2014



HEGT Valais - www.hevs.ch

Economie et Services, filière tourisme



Source des illustrations de la page titre

Le bord du lac : <http://www.swisscastles.ch/aviation/Vaud/aaville3/cudrefin.html>

La réserve naturelle de Cudrefin: <http://www.juratroislacs.ch/fr/decouvertes/sites-naturels/centre-nature-aspo-de-la-sauge.1140.html>

Les oiseaux : <http://www.myswitzerland.com/fr-ch/cudrefin-vd.html>

Résumé

L'atout touristique principal de Cudrefin est son emplacement au bord du lac et au sein de la réserve naturelle de la Grande Cariçaie. Toutefois, l'offre touristique en matière de loisir est très faible car le village n'a pas su capitaliser sur ses ressources naturelles. Ainsi bon nombre des touristes se rendant au sein de la commune pour y passer leurs vacances sont des habitués. Avec le temps, le nombre de touristes a stagné et les infrastructures deviennent vieillissantes. Par ailleurs, la commune a toujours géré seule sa politique touristique et ne s'est jamais intégrée aux organisations touristiques régionales. Toutefois les choses tendent à changer. Des discussions entre l'exécutif de la commune et Estavayer-Payerne Tourisme sont en cours pour rattacher Cudrefin à cette organisation régionale.

Ce travail a pour but d'analyser l'état du tourisme actuel à Cudrefin et proposer de nouvelles offres de loisir au sein de la commune et sa région. En effet, la municipalité s'interroge sur son avenir touristique et sur la direction à prendre pour conserver ou améliorer son attrait touristique. Afin de répondre objectivement aux interrogations de la municipalité, une analyse de la communication du tourisme de Cudrefin a été réalisée. Une analyse SWOT, une étude sur la clientèle touristique et un benchmark ont également été réalisés afin de déterminer les pistes d'amélioration envisageables. Sur cette base des propositions concrètes d'amélioration de l'offre de loisir sont exposées.

Mots clés : Cudrefin – Analyse – Tourisme – Benchmark – Développement touristique

Avant-propos et remerciements

Ayant toujours vécu à Cudrefin, le développement touristique du village a toujours capté mon attention. C'est pourquoi lorsque j'ai entendu que la commune s'interrogeait sur son avenir touristique et notamment sur le développement de son offre touristique, je leur ai proposé mon aide. Nous avons établi ensemble le but du travail qui est le suivant : réaliser une analyse de l'état du tourisme de Cudrefin et énoncer des propositions d'améliorations concrètes de l'offre de loisir du village.

Aucune étude n'a jamais été menée sur le tourisme de Cudrefin, de ce fait certaines difficultés ont été rencontrées en particulier lorsqu'il a fallu obtenir des chiffres précis. Calculer les revenus de cette industrie est particulièrement compliqué, il s'agit donc souvent d'estimations. Afin de donner une vision d'ensemble, beaucoup de sujets sont abordés mais de manière peu approfondie, en raison des faibles ressources à disposition. Si les propositions d'amélioration édictées venaient à se réaliser, un concept d'exploitation détaillé pour chacune d'entre-elles serait nécessaire. Certains sujets de ce travail sont en cours de réalisation. Une discussion d'affiliation de la commune à l'organisation touristique d'Estavayer-Payerne et Région est notamment en cours.

Le travail a été réalisé de juillet à décembre 2014 à l'aide d'enquêtes sur le terrain, de recherches internet, d'analyse SWOT et benchmark, d'entrevues avec des professionnels du tourisme ainsi que des fournisseurs divers.

Plusieurs personnes ont contribué à faciliter la réalisation de ce travail. C'est pourquoi de chaleureux remerciements sont adressés à la Commune de Cudrefin et à l'ensemble de ses collaborateurs. Je remercie tout particulièrement Madame Brigitte Burri, boursière communale et responsable administrative du camping communal de Cudrefin, Monsieur Laurent Mollard, directeur de l'office du tourisme d'Estavayer-Payerne Région et Monsieur Stéphane Moret, directeur de l'office du tourisme Lac de Morat et Région qui m'ont accordé beaucoup de leur temps. Finalement je tiens à remercier mon professeur responsable, Monsieur Rolf Wilk qui m'a fourni de précieux conseils tout au long de la rédaction de mon travail.

Table des matières

Liste des figures	viii
Liste des tableaux	ix
Liste des abréviations	x
Introduction	1
1. Problématique et méthodologie	2
1.1 Objectifs généraux	2
1.2 Démarche et méthodologie	2
2. Présentation de Cudrefin.....	3
2.1 Territoire et politique.....	3
2.2 Tourisme, accès et offre de loisirs	4
2.3 Infrastructures touristiques et chiffres clés.....	5
2.4 Visibilité de Cudrefin sur internet.....	6
2.4.1 Visibilité de Cudrefin sur le site internet de Jura Trois Lacs.....	7
2.4.2 Visibilité de Cudrefin sur les sites internet des offices du tourisme régionaux7	
2.5 Analyse SWOT de Cudrefin	9
3. Promotion du tourisme de Cudrefin	13
3.1 Sites internet de l'administration communale	13
3.2 Site internet du camping de Cudrefin.....	13
3.3 Facebook.....	14
3.4 Prospectus.....	16
3.4.1 L'avenir des brochures touristiques de Cudrefin	16
4. Clientèle du tourisme de Cudrefin	17
4.1 Profil des touristes de Cudrefin	18
4.2 Analyse de la satisfaction générale de la clientèle touristique	19
5. Benchmarking.....	21

5.1	Identification des processus, produits ou services à améliorer et indicateurs d'évaluation de l'offre touristique de loisirs	21
5.2	Communes partenaires choisies pour le benchmark	22
5.3	Collecte des données	24
5.4	Résultats.....	24
5.4.1	Les communes et leurs généralités	24
5.4.2	Les activités nautiques.....	27
5.4.3	Les activités terrestres.....	28
5.4.4	Les événements	30
5.4.5	La communication des loisirs touristiques	31
5.5	Bilan de Cudrefin face au benchmark.....	34
6.	Proposition de développement de l'offre touristique de loisirs	35
6.1	Aspects de l'offre touristique de loisirs à améliorer.....	35
6.2	Cadre d'évolution pour la gestion des nouveaux projets	36
6.3	Création d'une nouvelle offre	38
6.3.1	Publibike®	38
6.3.2	Patinoire en glace synthétique	42
6.3.3	Parcours didactique au sein de la Grande Cariçaie	45
6.3.4	Marché aux fleurs sur la place du village	50
6.3.5	Location partagée de canoë kayak et paddle.....	53
6.3.6	Parc aquatique gonflable sur l'eau	62
6.4	Création d'un office du tourisme.....	67
	Conclusion	69
	Liste des références.....	70
	Annexe I : Plan des zones composant la réserve naturelle de la Grande Cariçaie.....	80
	Annexe II : Les communes composant Vully-Les-Lacs.....	80

Annexe III : Taux d'occupation par mois des hébergements à Cudrefin.....	81
Annexe IV : Chiffres clés du tourisme de Cudrefin.....	82
Annexe V : Questionnaire distribué aux touristes et excursionnistes	84
Annexe VI : Résultat de l'analyse des questionnaires	86
Annexe VII : Suggestions d'amélioration de l'offre de Cudrefin par les touristes	98
Annexe VIII : Tableau Benchmark.....	100
Annexe IX : Évaluation des événements des communes étudiées dans le benchmark....	125
Annexe X : Buts premiers des sites internet étudiés dans le benchmark.....	126
Annexe XI : Récapitulatif des logos d'organisations touristiques apparaissant sur les sites internet des communes étudiées dans le benchmark.....	127
Annexe XII : Évaluation des brochures et prospectus des communes étudiées dans le benchmark.....	128
Annexe XIII : Évolution des taxes de séjours à Cudrefin	130
Annexe XIV : Étapes du cycle d'évolution des destinations d'après R. Butler	131
Annexe XV : Routes cyclables balisées dans la région de Cudrefin.....	133
Annexe XVI : Coûts d'installation d'une station de vélo en libre-service Publibike®	134
Annexe XVII : Coûts d'installation d'une patinoire en glace synthétique Glice®	135
Annexe XVIII : Étapes du circuit dans la réserve n°7	136
Annexe XIX : Étapes du circuit dans la réserve n°6	137
Annexe XX : Coûts d'installation des circuits agrémentés de QR codes dans la Grande Carîçaie	138
Annexe XXI : Article 4 de l'Ordonnance sur la protection des sites marécageux d'une beauté particulière et d'importance nationale.....	139
Annexe XXII : Aquastation 10 et 20 de Thétys®	139
Annexe XXIII : Coûts de location d'un jeu gonflable Aquastation 10 ou 20 pour 2 mois..	140
Déclaration de l'auteur.....	141

Liste des figures

Figure 1: Modèle du cycle d'évolution de Butler	37
Figure 2: Circuit de la réserve n°7 de Cudrefin	47
Figure 3: Circuit de la réserve n°6 de Cudrefin	48
Figure 4: Illustration du leash sur le stand up paddle	56
Figure 5: Zones d'eau protégées de la rive sud du lac de Neuchâtel	58
Figure 6: Exemple de jeu aquatique gonflable.....	62
Figure 8: Zones composant la réserve naturelle de la Grande Cariçaie	80
Figure 7: Communes formant Vully-les-Lacs.....	80
Figure 10: Taux d'occupation par mois de la zone passage du camping de Cudrefin	81
Figure 11: Taux d'occupation par mois de l'Auberge de la Saugé	81
Figure 12: Taux d'occupation par mois de l'Hôtel de Ville de Cudrefin.....	82
Figure 13: Evolution des taxes de séjour à Cudrefin.....	130
Figure 14: Cartographie des chemins balisés par SuisseMobile	133
Figure 15: Postes d'information du circuit de la réserve n°7	136
Figure 16: Postes d'information du circuit de la réserve n°6.....	137

Liste des tableaux

Tableau 1: Analyse SWOT de Cudrefin.....	12
Tableau 2: Etapes du benchmark.....	21
Tableau 3: Cadre logique Publibike®.....	42
Tableau 4: cadre logique pour une patinoire.....	45
Tableau 5: Cadre logique pour des circuits didactique dans la Grande Cariçaie.....	50
Tableau 6: Cadre logique de la mise en place d'un marché aux fleurs.....	53
Tableau 7: Cadre logique d'un système de location partagée de canoë-kayak/paddle.....	62
Tableau 8: Cadre logique pour l'installation d'un jeu aquatique gonflable.....	67
Tableau 9: Chiffres clés liés au tourisme de Cudrefin.....	83
Tableau 10: Souhails des visiteurs pour l'amélioration de l'offre touristique à Cudrefin.....	98
Tableau 11: Tableau benchmark.....	100
Tableau 12: Tableau d'évaluation des événements étudiés à travers le benchmark.....	125
Tableau 13: Récapitulatif des buts des sites internet étudiés à travers le benchmark.....	126
Tableau 14: Logos visibles sur les sites internet des communes étudiées à travers le benchmark.....	127
Tableau 15: Tableau d'évaluation des brochures des communes étudiées à travers le benchmark.....	128
Tableau 16: Etapes du cycle d'évolution des destinations d'après R. Butler.....	131
Tableau 17: Coûts de l'installation d'une station Publibike® à Cudrefin.....	134
Tableau 18: Coût de location d'une patinoire Glice® pour trois mois.....	135
Tableau 19: Coûts d'installation de deux circuits agrémentés de QR codes dans la réserve naturelle de la Grande Cariçaie.....	138

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ATAV	Association touristique Broye-Vully
SNLNM	Société de Navigation des Lacs de Neuchâtel et Morat
ASPO	Association Suisse pour la protection des oiseaux
JTL	Jura Trois Lacs
SWOT	Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces)
CFF	Chemins de fer fédéraux
OT	Office du tourisme
OTV	Office du Tourisme du Canton de Vaud
UFT	Union Fribourgeoise du Tourisme
AVTC	Association vaudoise des terrains de camping
COREB	Communauté régionale de la Broye
FDR	Fonds de Développement Régional
VLS	Vélos en libre-service

Introduction

Chaque été, la population du village de Cudrefin double grâce à l'attrait touristique que représente ce lieu. Petit-à-petit, le tourisme s'est développé. Malgré cette croissance indubitable, les infrastructures et l'offre touristique n'ont que peu évolué. C'est pourquoi la commune s'interroge aujourd'hui sur l'avenir touristique de son village.

L'exécutif de la commune souhaite une extension de l'offre, toutefois une analyse de l'état du tourisme actuel est nécessaire. Cela afin d'être sûr du potentiel de développement ainsi que de la direction à prendre pour étoffer l'offre existante.

Afin d'assister la commune de Cudrefin, plusieurs analyses ont été menées à bien. Ainsi une analyse de l'organisation structurelle et politique de Cudrefin a permis de définir comment le village devrait penser son avenir organisationnel du tourisme. L'analyse de la communication virtuelle de l'offre touristique a déterminé des pistes d'améliorations de sa visibilité 2.0. Une récolte de données auprès des touristes et excursionnistes de Cudrefin informe sur le profil de ces personnes et indique également le degré de satisfaction de ces dernières. Un benchmark avec les partenaires touristiques de Cudrefin a été réalisé afin d'obtenir une vision globale du cadre dans lequel Cudrefin évolue. Ceci dans le but de déterminer les lacunes de Cudrefin ainsi que celles de l'offre régionale. Enfin, des suggestions de développement de l'offre touristique de loisirs du village ont été établies afin d'améliorer l'expérience touristique vécue par les visiteurs de la commune et de la région.

1. Problématique et méthodologie

1.1 Objectifs généraux

Le but de ce travail sera d'analyser le tourisme de Cudrefin ainsi que son offre de loisirs tant sur le plan quantitatif que qualitatif afin de déterminer les lacunes et les opportunités de développement de cette industrie au sein du village et de sa région. Ainsi des propositions d'améliorations de l'offre de loisirs seront émises afin de pallier aux manquements recensés lors de l'étude.

1.2 Démarche et méthodologie

Le tourisme de la commune va être analysé sous cinq points différents : l'organisation structurelle et politique, la communication autour du tourisme, la clientèle touristique, les partenaires et l'amélioration de l'offre de loisirs.

L'étude se déroule de juillet à décembre 2014, c'est pourquoi les données relatives à la clientèle touristique seront récoltées durant la haute saison, soit de juillet à fin août, via des questionnaires distribués en mains propres ou par poste. L'analyse de l'organisation structurelle et politique du tourisme de Cudrefin se fera principalement par des recherches internet mais également par des contacts avec les responsables des structures touristiques faîtières de la région de Cudrefin. La communication autour de l'offre touristique sera étudiée uniquement au niveau des sites internet ainsi que des réseaux sociaux. Par la suite un benchmark sera réalisé avec les partenaires touristiques de Cudrefin. Des recherches internet ainsi que des contacts avec les responsables des offices du tourisme partenaires permettront cette analyse. Finalement, des propositions de développement de l'offre touristique de loisir seront établies sur la base de l'entier des recherches effectuées. Des contacts avec des fournisseurs permettront de clarifier les frais liés à l'installation de l'offre suggérée.

2. Présentation de Cudrefin

2.1 Territoire et politique

La commune de Cudrefin étend son territoire sur 2754 hectares, sur la rive sud du lac de Neuchâtel. Cette commune se situe idéalement au carrefour de trois villes suisses importantes : Berne, Fribourg et Neuchâtel. (Commune de Cudrefin, 2014) Le village est au cœur d'une réserve naturelle nommée « Grande Cariçaie ». (Commune de Cudrefin, 2014) La partie 6 de la réserve, nommée Grèves et de la Mottes, ainsi que la partie 7, nommée Réserve naturelle de Cudrefin, sont toute deux sur le territoire de la commune. (Association de la Grande Cariçaie, 2014) Une cartographie de la réserve naturelle peut être consultée en Annexe I. La nature sauvage dans laquelle baigne le lieu, attire chaque année des milliers de touristes à la recherche d'un cadre authentique. (M. Gallot, assistante de direction Suisse romande BirdLife Suisse, communication personnelle, 29 octobre 2014).

Cudrefin est positionné sur une enclave vaudoise à l'intérieur du territoire fribourgeois. Cette enclave regroupe quatre communes : Cudrefin, Vully-les-Lacs, Avenches et Faoug. Vully-les-Lacs résulte d'une fusion, entre sept petites communes, datant de 2011. Une cartographie représentant les communes qui ont fusionné est disponible en Annexe II. Cette fusion a entraîné quelques bouleversements au niveau de la politique touristique de la région. En effet, après la fusion, l'Association touristique Broye-Vully (ATAV) qui liait les communes citées ci-dessus a été dissoute à la demande d'Avenches car elle « n'apportait pas les avantages attendus » (Commune d'Avenches, 2014). Ainsi chaque commune a revu son organisation structurelle autour du tourisme. La commune de Vully-les-Lacs a créé sa propre structure touristique avec un office du tourisme (OT). Vully-les-Lacs avait, à ce moment, demandé à l'exécutif de la commune de Cudrefin s'ils voulaient se rallier à leur organisation. Toutefois, la proposition a été déclinée par Cudrefin. A la suite de cela, Vully-les-Lacs s'est rattaché à Morat Tourisme, office régional du Lac de Morat. Vully Tourisme, regroupant les communes du Haut-Vully et du Bas-Vully fribourgeois, est également membre de Morat Tourisme. Avenches Tourisme est visible sur le site internet de Morat Tourisme, mais n'a aucun lien financier avec cet office. (S. Moret, responsable Morat Tourisme, communication personnelle, 18 septembre 2014)

2.2 Tourisme, accès et offre de loisirs

Le tourisme de Cudrefin est saisonnier, il a lieu généralement du mois d'avril jusqu'à la fin octobre. Les attraits touristiques principaux du village sont le bord du lac, la Grande Cariçaie ainsi que le Centre-nature de l'Association Suisse pour la protection des oiseaux (ASPO) de la Sauge. Les beaux jours sont donc nécessaires pour pouvoir profiter pleinement de la nature de ce lieu. (Données récoltées par l'auteur, sondage 2014)

Le lieu est accessible en transports publics via trois gares CFF : Ins, Avenches et Neuchâtel. Depuis Ins et Avenches il est possible de prendre des bus pour rejoindre Cudrefin. Quatre bus quotidiens relient Ins à Cudrefin en 21 minutes et six bus quotidiens parcourent la distance entre Avenches et Cudrefin en 20 à 30 minutes. (CFF, 2014) Le village peut aussi être atteint en bateau. De mai à septembre, neuf bateaux de la Société de Navigation des lacs de Neuchâtel et Morat (SNLNM) relient Neuchâtel à Cudrefin en 30 minutes. (Navigation Lacs de Neuchâtel et Morat SA, 2014)

La commune met à disposition deux courts de tennis, un terrain de beach-volley dans l'enceinte de son camping et un minigolf. La réserve naturelle qui parcourt le lieu suggère à ses touristes de nombreuses possibilités de balades à mobilité douce. La route de vélo numéro cinq passe également par Cudrefin. La commune met aussi le Nordic Walking à l'honneur avec trois circuits balisés. (Commune de Cudrefin, 2014) Le lac est une des activités phares du village (cf. Annexe VI). Profitant de cette notoriété, la Société Nautique de Cudrefin (Nautica) propose des cours de voile pour amateurs. La SNLNM propose également 13 croisières quotidiennes durant la haute saison. (Navigation Lacs de Neuchâtel et Morat SA, 2014) Finalement le Centre-nature ASPO de la Sauge attire chaque année pas moins de 10'000 visiteurs (M. Gallot, CP, 29 octobre 2014). Le centre « propose une exposition permanente sur la Grande Cariçaie, une exposition temporaire, des animaux dans des aquariums et terrariums, des projections multimédia et un parcours extérieur de 500m équipé de trois observatoires spéciaux (hides) destinés à favoriser l'observation de la faune sans la perturber » (ASPO, 2014). Des visites guidées en groupe ou individuelle sont également possibles. (Commune de Cudrefin, 2014)

Cudrefin accueille également chaque année, en juillet, le festival international de Steelband. Cet événement met à l'honneur les musiques venues des Caraïbes. Il présente à ses spectateurs des groupes venant de Suisse et d'ailleurs le temps d'une soirée. Le festival qui se déroule sur la plage de Cudrefin a attiré environ 1500 personnes lors de l'édition 2014. (Pampana's, 2014)

2.3 Infrastructures touristiques et chiffres clés

Cudrefin possède un camping communal, ouvert du 15 mars au 31 octobre, qui comprend 423 places saisonnières, deux mobilhomes de location, ainsi que 110 places pour des touristes de passage. La zone de résidence secondaire Chavannes compte, quant à elle, 418 chalets. Ces derniers sont pour la plupart occupés par des gens retraités qui y logent quelques jours, semaines, voire mois, durant la saison estivale. Bon nombre de ces chalets sont aux mains de leurs propriétaires depuis plusieurs dizaines d'années. (B. Burri, boursière communale et responsable administrative du camping communal de Cudrefin, communication personnelle, 20 octobre 2014) Par ailleurs les touristes ont la possibilité de séjourner à l'Hôtel de Ville, à l'Auberge de la Sauge, dans la cabane des scouts « Le Moulin », ou encore dans trois appartements de vacances détenus par des privés. Le village possède également cinq restaurants ainsi que deux buvettes. (Commune de Cudrefin, 2014) Finalement, « Cudrefin compte 2 ports de petite batellerie, pour un total de 601 places réparties ainsi : port de Cudrefin (au village), 186 amarrages et 74 places à terre et port du Chablais (au camping), 256 amarrages et 95 places à terre ». (Commune de Cudrefin, 2014)

Les chiffres

Les chiffres clés liés à l'économie du tourisme de Cudrefin sont présentés dans un tableau disponible en Annexe IV. Ils ont été établis à l'aide des chiffres connus par la boursière communale. (B. Burri, CP, 25 novembre 2014) Le lecteur se doit de prendre un certain recul vis-à-vis de ces chiffres car il est très difficile d'établir des calculs précis sur le tourisme, il s'agit souvent d'estimations. Cudrefin ne possède presque aucune statistique sur son tourisme. Il est particulièrement laborieux d'établir le nombre d'arrivées touristiques précis, car dans ces arrivées il y a beaucoup d'excursionnistes qui ne sont pas repérables dans les chiffres établis par la commune. Ainsi le nombre d'arrivée pour Cudrefin a été estimé à 40'000 par la responsable administrative du camping. (B. Burri, CP, 10 novembre 2014) Par

ailleurs, afin d'éviter des estimations hasardeuses, seuls les revenus du tourisme connus sont exposés dans le tableau. En effet, le tourisme génère des revenus directs, indirects et induits qui sont difficiles à calculer. (Vellas, 2011)

Dix personnes dédient totalement ou partiellement leur travail au tourisme. Trois personnes gèrent l'administratif, trois la réception du camping, deux sont au service de la voirie et deux personnes sont auxiliaires au camping durant l'été. En regroupant les hébergements cités préalablement, Cudrefin met à la disposition de ses touristes 1583 lits : 59 lits en hôtellerie, 1066 lits au camping et 458 lits pour le reste de la parahôtellerie. Ces lits génèrent chaque année environ 78'000 nuitées dont la majorité sont liées à la parahôtellerie. Généralement les touristes qui se rendent à Cudrefin y restent un peu moins de deux jours. Le taux d'occupation par mois des trois logements principaux (cf. Annexe III) montre que le tourisme se concentre essentiellement autour des mois de mai à septembre, plus fortement durant les mois de juillet et août. Chaque année l'argent obtenu grâce aux taxes de séjours récoltées est réinjecté dans le tourisme, toutefois la commune possède des réserves qu'elle dédie spécifiquement à cette industrie. En 2013 cette réserve représentait environ 261'300.00 francs. Ainsi lors de nouveaux aménagements ou lors de rénovations, de l'argent peut être prélevé sur ces réserves. (B. Burri, CP, 25 novembre 2014)

2.4 Visibilité de Cudrefin sur internet

« Le concept de produit touristique ressort [...] comme une globalité. Ensemble complexe d'espace, de temps, de culture, de matérialité, de relationnel, de transactionnel [...]. » (Lozato-Giotart & Balfet, 2007a, p. 81). De ce fait, le touriste qui possède une vision globale, se renseignera naturellement auprès d'une enseigne régionale lors de la planification de son séjour. La commune de Cudrefin se situe au sein de la région des trois lacs qui comprend le lac de Bière, Neuchâtel et Morat. L'association Jura & Trois Lacs (JTL) met en avant les offices du tourisme suivants : Tourisme neuchâtelois, Jura Tourisme, Jura bernois Tourisme, Région Soleure Tourisme, Tourisme Bière Seeland, Morat Tourisme, Estavayer / Payerne Tourisme et Yverdon-les-Bains Région. (Jura Trois Lacs, 2014) JTL est donc la porte d'entrée pour tout renseignement sur les destinations qui y sont rattachées. De ce fait, l'apparition de Cudrefin sur le site www.juratroislacs.ch est primordiale.

2.4.1 Visibilité de Cudrefin sur le site internet de Jura Trois Lacs

Cudrefin apparaît quatre fois sur l'entier du site internet de JTL. Le lieu est visible sous l'onglet *loisirs actifs* car deux des activités passent par Cudrefin : le Chemin des Trois-Lacs à pied et La route Mittelland à vélo. Cudrefin est également cité dans la partie *Découvertes* lorsqu'il est question de la réserve naturelle de la Grande Cariçaie. Sous l'onglet *Sites naturels*, le visiteur peut s'informer de quoi il s'agit et est notamment conseillé de débiter sa visite à la Sauge, à trois kilomètres du village de Cudrefin. (Jura Trois-Lacs, 2014) Le site internet possède également une partie *hébergement*, où le visiteur peut s'informer sur tous types de logements dans la région des Trois Lacs et du Jura. L'Auberge de la Sauge est citée. Toutefois, le camping de Cudrefin n'apparaît pas. (Jura Trois Lacs, 2014) Après un entretien téléphonique avec monsieur Jérôme Longaretti, directeur adjoint de JTL, il en ressort que le camping n'apparaît pas car il ne s'est jamais annoncé auprès de l'association. Si Cudrefin souhaite figurer plus largement sur le site de JTL, M. Longaretti a recommandé de prendre contact avec l'office du tourisme de la région respective, soit Estavayer-Payerne Tourisme qui fera lui-même le nécessaire pour informer JTL de l'existence du camping de Cudrefin. (J. Longaretti, directeur adjoint JTL, communication personnelle, 17 septembre 2014)

2.4.2 Visibilité de Cudrefin sur les sites internet des offices du tourisme régionaux

En suivant la logique des recherches d'un touriste lambda, si ce dernier est intéressé par une région en particulier, ses recherches devraient se préciser. Ainsi il est judicieux de s'intéresser aux deux offices du tourisme régionaux de la région touristique de Cudrefin, à savoir Estavayer Payerne Tourisme et Morat Tourisme.

Estavayer-Payerne Tourisme englobe les secteurs suivants : Payerne, Estavayer, Chevroux, Portalban, Cheyres, Font, La Grande Cariçaie. Sur son site internet, Cudrefin n'est visible que lorsqu'il est rattaché à la Grande Cariçaie et non comme destination en tant que tel. Il y a par exemple un onglet *Sport et Loisirs*, dans lequel sont répertoriés les diverses plages de la rive sud du Lac de Neuchâtel, mais Cudrefin n'y figure pas. Après un entretien téléphonique avec Monsieur Laurent Mollard, directeur d'Estavayer-Payerne et Région, il en ressort que Cudrefin n'apparaît pas sur leur site internet car la commune ne paie aucune cotisation financière. Ainsi un accord avec Estavayer-Payerne Tourisme serait judicieux pour développer la visibilité de Cudrefin. Il indique également qu'Estavayer-Payerne Tourisme est

intéressé à faire la promotion de Cudrefin car le village est en plein milieu de la Grande Cariçaie et cette réserve est un produit touristique intéressant pour la région. Au cours de la rédaction de ce travail, la commune est entrée en discussion avec Estavayer-Payerne Tourisme pour une future collaboration. M. Mollard a indiqué que les cotisations financière que devrait verser Cudrefin pour être membre de l'organisation seraient d'environ 15'000 francs par année. Il a fourni ce chiffre en se basant sur la cotisation annuelle du village de Chevroux qui est à peu près similaire à Cudrefin. (L. Mollard, directeur d'Estavayer-Payerne et Région, communication personnelle, 18 septembre 2014)

L'office du tourisme de la région du lac de Morat regroupe les secteurs suivants : Morat, le Vully, Vully-les-Lacs, Chiètres, Avenches. Cudrefin est cité lorsqu'il est question de la Grande Cariçaie, des balades à vélo ou à pied (Morat Tourisme, 2014). Au niveau des hébergements, seule l'Auberge de la Sauge apparaît. (Morat Tourisme, 2014) La page n'est pas répertoriée tout comme les restaurants, excepté celui de l'Auberge de la Sauge. (Morat Tourisme, 2014) La commune pourrait apparaître plus largement sur le site de Morat Tourisme et cela ferait sens puisque ce dernier englobe déjà le Vully et Vully-les-Lacs. Toutefois, Stéphane Moret, directeur de Morat Tourisme, indique qu'il serait plus logique de passer par Estavayer-Payerne Tourisme et de payer les cotisations à cet OT. Ceci car il y a une unité au niveau de la rive sud du lac de Neuchâtel, ce qui n'est pas le cas pour Cudrefin vis-à-vis du Lac de Morat. Cependant Morat Tourisme et Estavayer-Payerne Tourisme sont régi par la même entité, à savoir Fribourg Région. De ce fait, une fois le lien financier établi entre Cudrefin et Estavayer-Payerne Tourisme, il serait possible de faire apparaître Cudrefin sur le site de la région du lac de Morat sans frais additionnels. Toutefois, M. Moret a précisé que la commune serait davantage présentée pour ses activités plutôt qu'une destination en tant que telle. Il a précisé que Cudrefin était dans l'obligation de se rattacher à une structure touristique car elle est la dernière commune à ne pas être intégrée dans une des deux organisations touristiques de la région de la Broye, du lac de Morat et de la rive sud du Lac de Neuchâtel. (S. Moret, CP, 18 septembre 2014)

A noter qu'Avenches Tourisme étant une association indépendante dispose de son propre site internet relatif au tourisme. Les informations liées aux hébergements et à la

gastronomie sont assez larges. Ainsi le camping de Cudrefin apparaît sur leur site ainsi que quelques restaurants du village. (Avenches Tourisme, 2014)

La région qui englobe le lac de Morat et la rive sud de Lac de Neuchâtel est donc très complexe. Cudrefin se situe à l'extrémité de cette zone et la région est partagée par la frontière des langues et des religions. Toutefois, les offices du tourisme régionaux semblent insister pour collaborer afin d'aller au-delà des limites politiques et pour se rapprocher au plus près de la vision du client qui est une vision globale. (Lozato-Giotart & Balfet, 2007b, p. 81)

2.5 Analyse SWOT de Cudrefin

Grâce aux recherches effectuées lors de la rédaction de ce travail, une analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) a pu être établie. Cette analyse sert à :

Évaluer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces. Les forces et les faiblesses désignent les atouts ou les points faibles internes [...]. Les opportunités et les menaces regroupent les facteurs ou les tendances de l'environnement externe que l'entreprise peut exploiter à son avantage ou qui peuvent gêner ses actions (Kotler & Armstrong, 2010, p. 48).

Cette analyse a été présentée à deux experts afin d'obtenir une objectivité optimale. Dans un premier temps, M. Mollard, directeur de l'office du tourisme d'Estavayer Payerne et Région a bien voulu apporter sa vision avertie sur le tourisme de Cudrefin afin d'attester, préciser et compléter cette analyse SWOT. Une fois l'analyse retouchée d'après l'apport de Monsieur Mollard, elle a été présentée à Stéphane Moret, directeur de l'office du tourisme de Morat. Ce dernier a validé la justesse de l'analyse.

Cudrefin puise sa force touristique dans la nature qui l'entoure. Sa situation au bord du lac de Neuchâtel, sa plage et la réserve naturelle attirent les visiteurs. (cf Annexe VI) Ces éléments jouent un rôle fondamental dans le développement touristique du lieu. M. Mollard appuie cette analyse en affirmant qu'il faut jouer avec la location du village pour créer des

activités lacustres afin de compléter l'offre régionale. Ainsi Cudrefin attirerait le même public que ses partenaires mais à des moments différents. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Cudrefin peine à se faire remarquer dans le paysage touristique car la commune n'est rattachée à aucune structure régionale. Ainsi sa visibilité est moindre et ses canaux de communication vieillissant (cf. chapitre 3. Promotion du tourisme de Cudrefin). M. Mollard indique que se rattacher à une structure entraîne une meilleure visibilité et permet de mieux cibler ses marchés. Selon lui, le site internet d'Estavayer-Payerne Tourisme a reçu pas moins de 80'000 visites en 2013 et ce chiffre n'a de cesse de grandir puisque depuis le début de l'année 2014, 110'000 personnes ont surfé sur le site. Il précise qu'ils réalisent des statistiques démographiques sur les visiteurs des sites internet afin de mieux cerner la clientèle et optimiser les efforts marketing. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Par ailleurs, la commune ne dispose d'aucune gare CFF et malgré les bus quotidiens qui relient les gares d'Avenches et Ins les gens désirent des transports plus fréquents comme l'a démontré le questionnaire distribué. Ceci indique également que la communication autour des transports publics est médiocre. (Commune de Cudrefin, 2014)

L'offre de loisir à Cudrefin est relativement faible et ne permet aucunement au village de se différencier d'autres destinations lacustres. M. Mollard certifie que si la commune était reliée à l'office du tourisme d'Estavayer-Payerne et Région, la promotion du village serait effectuée par leurs soins. Une promotion de qualité est essentielle pour le développement d'une destination. Il reproche à la commune son manque de vision touristique et insiste sur la nécessité d'une collaboration entre la commune et l'office régional. Il recommande à Cudrefin tout comme chaque destination de ne pas se contenter de l'offre touristique actuelle mais de renouveler et améliorer constamment cette dernière afin de garantir la pérennité touristique du lieu. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Toutefois, le village rencontre un frein conséquent pour le développement de son offre : l'État. En effet, Cudrefin se situant au cœur d'une réserve naturelle, l'aménagement du territoire peut être incompatible avec les souhaits écologiques de l'état. Cependant la protection de la réserve est aussi une force. En effet, cette suprématie de l'État garanti le cadre sauvage de Cudrefin apprécié des touristes. (Association de la Grande Cariçaie, 2014)

M. Mollard indique que « l'Association de la Grande Cariçaie n'est pas contre le tourisme, elle cherche simplement à éviter le tourisme de masse » (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014).

A noter que ce frein débouche également sur une opportunité de positionnement différentiel pour la commune. En effet, peu de destinations touristiques peuvent se vanter de se trouver au cœur d'un territoire totalement préservé et protégé. La commune peut baser son offre sur cette réserve naturelle et développer des produits touristiques en adéquation avec la faune et la flore qui l'entoure. De plus, les aspirations en matière de consommation touristique tendent à plus d'authenticité et de nature. Le touriste « veut vivre de nouvelles expériences et avoir la sensation d'être là où se situe le vrai, l'original ». (Laliberté, 2005) La commune est en mesure de cultiver ces tendances en alignant son offre aux souhaits des touristes.

Cudrefin souhaite développer son tourisme en améliorant l'offre actuelle, toutefois si la commune venait à rencontrer le succès escompté, elle serait rapidement confrontée au manque de lit touristique. En effet, le village abrite majoritairement des résidences secondaires sous forme de chalet ou des places de camping à la saison appartenant à leur propriétaire depuis des années. Ainsi il reste 282 lits pour les touristes de passage pour quelques jours à Cudrefin. M. Mollard atteste de cette faiblesse et y ajoute un élément. Selon lui le fait que les appartements de vacances ne soient pas classifiés ou labellisés entraîne une baisse de la visibilité de ces derniers et donc un manque à gagner en matière d'hébergement. Il conseille à Cudrefin de miser sur le tourisme à la ferme pour développer sa capacité d'hébergement. En effet, le village comprend une dizaine de fermes, ainsi des concepts tel que dormir sur la paille ou dormir à la ferme pourraient voir le jour. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014) Par ailleurs, comme cité précédemment, le besoin d'authenticité grandissant des touristes serait satisfait par une telle offre.

Une autre ombre pour le tourisme à Cudrefin est la saisonnalité et la dépendance météorologique du tourisme. En effet, la commune est attractive essentiellement l'été et son offre est basée presque uniquement sur l'extérieur. M. Mollard conseille de créer des événements ou des activités réalisables en hiver afin de palier au problème de la saisonnalité. Il ajoute que des sentiers didactiques avec des repas à gagner peuvent être un

appel à se rendre dans la commune pour certaines personnes. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Finalement la concurrence des destinations lacustres dans d'autres régions de Suisse comme sur la Riviera Lémanique ou au Tessin peuvent être une menace pour l'avenir de la petite commune de Cudrefin. Toutefois M. Mollard affirme que le côté nature de Cudrefin et de la rive sud du lac de Neuchâtel en général, ne se trouve pas ailleurs. Ce sont les plages de sables et la nature sauvage qui plaisent, les gens peuvent ainsi presque se croire au bord de la mer. Il y a donc de la concurrence mais elle n'est pas prédominante. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Tableau 1: Analyse SWOT de Cudrefin

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Situation géographique • Faune et flore environnante • Territoire de la réserve protégée par l'État 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de vision touristique • Promotion inexistante • Mauvaise communication sur l'accès • Site internet vieillissant • Rattaché à aucune structure touristique • Peu de diversité dans l'offre de loisirs • Territoire de la réserve protégée par l'État • Capacité d'hébergement peu élevée • Aucune classification des appartements de vacances
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'activités de loisirs en lien avec la réserve naturelle • Tendances de la demande : plus de nature et d'authenticité • Organisation d'événements liés au lac • Tourisme à la ferme 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence avec les destinations lacustres des autres régions de Suisse • Saisonnalité de l'offre • Dépendance de la météo

Source : Tableau de l'auteur, Burri, A. ajusté d'après deux communications personnelles

a. L. Mollard, CP, 31 octobre 2014

b. S. Moret, CP, 4 novembre 2014

3. Promotion du tourisme de Cudrefin

Comme cité précédemment dans l'analyse SWOT de la commune de Cudrefin, la communication liée au tourisme est une des faiblesses du village. Ainsi ce sujet est traité plus en détail dans ce chapitre. La commune possède deux sites internet, un dédié à la commune et au tourisme et l'autre dédié au camping communal. En plus de cela, la commune anime deux pages Facebook. A nouveau une page est consacrée à la commune et l'autre au camping.

3.1 Sites internet de l'administration communale

Le site internet de l'administration communale comprend des informations pratiques pour les habitants du village mais également pour les touristes. Trois onglets principaux sont dédiés à ces derniers : Tourisme, Sport et Loisirs. (Commune de Cudrefin, 2014) L'information délivrée y est très basique. En effet, la commune préfère rediriger les internautes sur les sites respectifs des prestataires de service plutôt qu'en faire eux même le descriptif. Le visiteur est ainsi forcé de se rendre sur divers sites internet pour obtenir une information complète. (Commune de Cudrefin, 2014) A noter que l'exécutif de la commune s'accorde sur le fait que l'esthétique du site internet ainsi que l'organisation et la présentation de l'information sont à améliorer. En effet, Fr. 20'000.- ont été alloué au budget 2014 pour la création d'un nouveau site internet (B. Burri, CP, 2 octobre 2014). Toutefois, comme cité au chapitre 2.2, si Cudrefin venait à collaborer avec Estavayer-Payerne Tourisme, la commune apparaîtrait sur le site internet de l'office régional et optimiserait de ce fait sa visibilité virtuelle.

3.2 Site internet du camping de Cudrefin

Le site internet du camping de Cudrefin est relativement récent. En effet, ce dernier a été créé en 2008 par l'entreprise Com&Cie. Il renseigne les visiteurs sur toutes les commodités du camping et possède beaucoup de photos. Toutefois, le site ne donne aucune information sur les activités de loisirs disponibles à Cudrefin ou dans la région ainsi que sur les restaurants ou buvettes. A noter que l'adresse du site internet de l'administration communale de Cudrefin ne figure nulle part. Ainsi il n'y a aucun lien direct entre le site du camping et le site du village. L'internaute doit donc se débrouiller seul pour se renseigner sur

les activités disponibles lors de son séjour à Cudrefin. (Commune de Cudrefin, 2014) Lorsque les mots-clés « activités Cudrefin » sont entré dans la barre de recherche, les quatre premiers résultats correspondent aux sites internet du camping, du centre ASPO, de la Halle Polyvalente et d'un fleuriste à Cudrefin. (Google, 2014)

3.3 Facebook

« La meilleure stratégie à adopter pour augmenter la notoriété consiste à multiplier sa présence sur les différents canaux de communication dans le but de récolter les bénéfices de chacun et un maximum de visibilité » (Hossler, Murat, & Jouanne, 2014a, p. 65). C'est dans cette optique que la commune de Cudrefin a décidé d'alimenter deux comptes Facebook à propos de Cudrefin. Les deux pages ont été ouvertes dans le courant de l'été 2014. La commune avait la volonté de créer, par le biais de ce réseau, « un lieu d'échange d'idées pour les amoureux de Cudrefin et sa région » (Facebook, 2014). A l'heure qu'il est, la page de la commune bénéficie de 85 likes et celle du camping de 43. La commune génère en moyenne quatre à cinq Likes par publication, très peu de gens commentent l'information et elle n'est que rarement partagée. (Facebook, 2014)

Afin d'améliorer ces résultats et sur la base des recommandations édictées par les auteurs du livre *Faire du marketing sur les réseaux sociaux* (Hossler, Murat, & Jouanne, 2014b, pp. 85-86) ainsi que par l'auteur de l'article « Exemples pratiques pour animer votre page Facebook » du site internet Réseau veille du Tourisme (Racine, 2011), quelques pistes à retenir sont exposées ci-après pour développer la notoriété de Cudrefin sur Facebook.

Tout d'abord, la commune doit adopter une stratégie liée à son tourisme afin de préciser son positionnement sur les réseaux sociaux. Il est important de savoir qu'il vaut mieux être présent à peu d'endroit mais efficacement plutôt que de multiplier les supports inefficaces. (2014c, p. 85) Ainsi plutôt que de voir deux entités distinctes, à savoir Cudrefin le village et Cudrefin le camping, il serait plus judicieux de tout regrouper car la commune et le camping vont de pair. Le touriste lambda ne les voit pas séparément, il n'identifie qu'une destination qui comporte une multitude de prestataires de services. (Lozato-Giotart & Balfet, 2007c, p. 63) Les résultats du questionnaire ont montré que le client typique de Cudrefin est relativement âgé. Ainsi la commune doit se poser la question si Facebook est réellement le

réseau adapté à son marché. (cf. Annexe VI) Posséder une page sur un réseau social ne fait pas tout. Il est important de créer du contenu média pour animer la page sur le long terme. Ce contenu peut avoir un coût qu'il faut prendre en considération. (Hossler, Murat, & Jouanne, 2014d, pp. 85-86)

Les auteurs du livre *Faire du marketing sur les réseaux sociaux*, ainsi qu'Amélie Racine de la Chaire de Tourisme Transat de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, indiquent qu'il est également utile d'apprendre à générer du trafic sur les réseaux sociaux. Ils émettent certaines recommandations à ce sujet.

Tout d'abord, il est important de savoir que plus la page Facebook est alimentée de publications qui contiennent des mots-clés significatifs pour le tourisme de Cudrefin, meilleur sera le référencement de la page Facebook ainsi que des sites qui y sont rattachés. (2014e, p. 112). Il est préférable de publier du contenu multimédia qui génère plus de réaction qu'un simple statut. Si les gens réagissent à la publication, la visibilité de la page augmente puisque leurs réactions seront visibles sur les actualités des autres internautes. Afin d'interagir avec les fans de la page, des questions peuvent être posées sur les habitudes des internautes par exemple. Il peut également être utile de demander l'avis des gens à travers l'option *Question* de Facebook qui permet de poser une question et comptabiliser directement les réponses. Les concours génèrent également beaucoup d'animation, ainsi un jeu pour gagner une nuit dans un hôtel de Cudrefin ou un bon pour un restaurant du village pourrait être lancé. Offrir des avantages tarifaires sur certaines activités peut aider à conserver les fans de la page ou à augmenter leur nombre. Remercier les fans de leur loyauté et leur enthousiasme face à la destination est également une bonne chose. (Racine, 2011) Il est aussi possible de créer des liens entre les différents moyens de communication en créant des boutons sociaux sur les sites internet et en répétant l'information sur les divers canaux de communication afin que les visiteurs y voient clair. Idéalement, il faudrait aussi que les sites internet soient adaptés aux smartphones qui sont aujourd'hui très utilisés. Finalement la commune devrait mettre en avant le fait qu'elle se trouve sur les réseaux sociaux ; des panneaux indiquant leur présence pourraient par exemple être installés dans l'administration, le bureau du tourisme ou encore la réception du camping. (Hossler, Murat, & Jouanne, 2014f, pp. 112-113)

3.4 Prospectus

La commune dispose de deux prospectus relatifs au village et au camping. Les deux prospectus ont été édités en 2004. Chaque prospectus est bilingue. Ils sont disponibles en français-allemand ou français-anglais.

Le prospectus qui fait la promotion du village met en avant la tranquillité et la beauté du lieu. Il invite le visiteur à goûter les produits du terroir, à observer l'architecture et lui donne quelques pistes d'activités sportives. En revanche l'accès au village n'est décrit qu'à l'aide d'une petite carte de la région des trois lacs qui met en évidence les axes routiers et de chemin de fer. Le prospectus ne fournit pas l'adresse internet du site de la commune ainsi qu'un numéro de téléphone pour tout renseignement. Il n'y a aucune information sur les hébergements à Cudrefin. En résumé le prospectus ne fait qu'une description du village mais ne fournit aucune information pratique pour que le visiteur potentiel puisse se renseigner davantage. Les personnes doivent s'informer par elles-mêmes. (Commune de Cudrefin, 2004)

Le prospectus dédié au camping est plus précis que celui du village, toutefois il ne semble plus vraiment d'actualité. Le nom du camping inscrit est Le Chablais, alors qu'il a été changé en 2008 pour devenir Camping Communal de Cudrefin. Cela peut créer une confusion dans l'esprit des campeurs. Finalement l'adresse du site internet ne figure nulle part. (Commune de Cudrefin, 2004)

En suivant les recommandations du chapitre 3.3, lié aux réseaux sociaux, il serait judicieux d'inscrire le logo de Facebook sur les deux prospectus pour signifier aux visiteurs potentiels que la commune est y est active.

3.4.1 L'avenir des brochures touristiques de Cudrefin

La commune souhaite aujourd'hui supprimer la distribution des prospectus car les frais liés à l'impression sont conséquents et le village préfère miser sur la communication virtuelle et non sur papier. (B. Burri, CP, 20 novembre 2014) Cette démarche peut soulever quelques interrogations et notamment s'il s'agit réellement de la bonne décision. La commune devrait réfléchir à l'impact de la suppression de ces prospectus.

Les brochures touristiques sont encore très présentes dans cette industrie et semblent prouver leur nécessité. Plusieurs recherches scientifiques sur l'impact des brochures ont été réalisées à travers le monde. Claude Péloquin, Directeur des études à la Chaire de tourisme Transat de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, en fait un résumé via le site internet de Réseau Veille Tourisme. Ainsi l'utilité principale d'une brochure se retrouve lorsque le touriste est en déplacement. En effet, les gens auront plus souvent tendance à consulter des brochures pendant leur voyage qu'avant le départ. C'est aussi à ce moment-là qu'ils se laissent grandement influencer par leur contenu parce qu'ils ne planifient pas forcément la totalité des activités ou des déplacements qu'ils vont faire avant de partir. Les brochures peuvent donc avoir un impact positif sur le temps passé dans la destination. Il faut toutefois qu'elles soient distribuées à des gens relativement intéressés par la destination. (Péloquin, 2006)

D'autres études ont également été menées sur l'information que les visiteurs souhaiteraient trouver dans les brochures fournies par les prestataires touristiques. Les résultats démontrent que ce sont principalement « une carte de la ville, un guide touristique des attractions locales et des restaurants ainsi que des informations à propos des excursions offertes en périphérie » (Péloquin, 2011) qui sont demandés par les touristes.

Cudrefin aurait donc certainement intérêt à repenser ses brochures et continuer de les distribuer à un public intéressé. Le benchmark réalisé grâce à cette étude montre aussi que chacune des communes étudiées possède plusieurs brochures et notamment des brochures électroniques (cf. Chapitre 5.4.5, page 33). Chaque commune possède ses propres brochures et apparaît dans celles éditées par l'organisme régional auquel elle est affiliée. Ainsi si Cudrefin concrétise une collaboration avec Estavayer Payerne et Région, il est certain que le village apparaîtra dans ses brochures. Toutefois, cela n'empêche pas le village de remettre ses prospectus aux goûts du jour et ainsi fonctionner sur la même base que ses partenaires.

4. Clientèle du tourisme de Cudrefin

« La meilleure assurance qu'a un produit ou service de trouver son marché n'est autre qu'une excellente connaissance du ou des clients auxquels il s'adresse ou à qui il est destiné » (Taché, 2014, p. 25). Dans cette optique un questionnaire a été distribué aux

touristes et excursionnistes de Cudrefin durant la haute saison 2014, soit de juillet à début septembre. Les questionnaires étaient disponibles en français et en allemand. Un modèle du questionnaire en français peut être consulté en Annexe V.

100 questionnaires ont été récoltés, ils ont été distribués en mains propres ou par poste. Chaque interrogé était tenu de remplir lui-même le questionnaire sans l'aide de l'interrogateur. Le faible taux de retour est notamment dû aux mauvaises conditions météorologiques durant le mois de juillet. (Confédération suisse, 2014) Les informations obtenues permettent de définir le profil des visiteurs ainsi que leur satisfaction par rapport à l'offre touristique de Cudrefin. Cela permettra à la commune de mieux connaître ses clients et ainsi d'améliorer leur expérience touristique.

4.1 Profil des touristes de Cudrefin

Les questionnaires présentent une bonne mixité des sexes puisque 49 hommes et 51 femmes y ont répondu. La plupart d'entre eux sont employés (41%) ou retraités (38%) et âgés entre 36 et 75 ans (42%). Les lieux de domicile des visiteurs sont relativement éparés, mais les habitants des cantons de Berne (44%) et de Neuchâtel (19%) semblent être les plus nombreux. La plupart des visiteurs de Cudrefin sont germanophones (72%), et se rendent dans ce lieu avec leur véhicule privé (76%). Beaucoup passent la saison entière à Cudrefin (24%) car ils y possèdent une résidence secondaire (37%). La détente (36%), la nature (32%) et le sport (13%) sont les trois choses principales qui amènent les gens à se rendre à Cudrefin. Beaucoup de touristes connaissent déjà Cudrefin depuis des années (64%). Toutefois les deux moyens de communication les plus utilisés par les gens qui n'ont jamais entendu parler de Cudrefin sont le bouche-à-oreille (16%) et internet (12%). Le lac (34%), la nature (8%) le calme (7%) et l'emplacement (6%) de Cudrefin sont les choses les plus appréciées par tous types de visiteurs confondus. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

Excursionnistes

Si l'on s'intéresse uniquement aux excursionnistes, soit les personnes qui ne passent que quelques heures à Cudrefin, les tendances citées précédemment restent généralement similaires. Toutefois, les motivations de ces gens pour se rendre à Cudrefin sont

principalement la détente (37%) et le fait de se sentir proche de la nature (32%). Ainsi le sport n'est pas aussi important pour les excursionnistes (11%). Le lac est l'attrait majoritaire (43%) pour ce type de visiteur et plus de la moitié d'entre eux ne sont pas au courant de l'offre (64%). Les excursionnistes semblent être principalement des gens qui viennent à la plage quelques heures durant l'été et ne s'intéresse à rien d'autre que le lac. De ce fait leurs choix d'activités pour développer l'offre touristique de loisir sont fortement liés à l'eau. En effet, la majorité (22%) souhaiterait pouvoir louer des pédalos, 21% aimeraient bénéficier d'offre de cours de sport aquatiques, 15% aimeraient pouvoir louer des chaises longues ou gros coussins pour la plage, 15% désireraient bénéficier d'un service de transport supplémentaire pour les gars d'Avenches et de Ins et 15% seraient satisfaits s'ils pouvaient louer des vélos. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

A noter que contrairement aux touristes, les excursionnistes sont principalement des employés (57%) âgés de 36 à 50 ans (43%). Il n'y a que très peu de retraités, seuls deux personnes retraitées étaient à Cudrefin seulement pour quelques heures. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

4.2 Analyse de la satisfaction générale de la clientèle touristique

Par rapport à l'offre de loisir existante, il en ressort les résultats globaux suivants : jouer au tennis attire seulement 20% des interrogés. La majorité des touristes/excursionnistes (59%) ont déjà effectué une balade dans la Grande Cariçaie. Utiliser le terrain de volley-ball du camping pour y jouer attire seulement 28% des interrogés, alors que 42% n'en ont pas envie. Prendre un cours de voile à la Nautica attire seulement 29% des gens questionnés, alors que 45% n'en ont pas envie. La plupart des interrogés ont déjà fait une balade en bateau sur le lac de Neuchâtel, soit 48%. La majorité des questionnés ont déjà visité le centre ASPO (42%). Le minigolf attire 40% des visiteurs et il a déjà été réalisé par 20 personnes sur 70. La route de vélo n°5 a été utilisée par la plupart des gens (48%). Le Nordic Walking n'attire presque personne, 65% ont peu ou pas envie d'en faire. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

Cudrefin tire donc les forces de son offre touristique de loisirs dans la réserve naturelle de la Grande Cariçaie, le lac de Neuchâtel, le centre ASPO, le passage de la route de mobilité

douce n°5 et le minigolf. Il peut en effet être déduit que tout ce qui a déjà été réalisé par les interrogés est quelque chose qu'ils apprécient plus ou moins puisqu'ils ont été attirés par ladite activité.

Les visiteurs de Cudrefin s'estiment globalement satisfaits (69%) à très satisfait (18%) de l'offre touristique. 33% des interrogés ont toutefois avoué ne pas être réellement au courant de l'offre. A noter que des personnes s'estimant satisfaites sont également comprises dans ces 33%. En effet, 17 personnes sur 100 ont estimé être satisfait ou très satisfait de l'offre avant d'avouer qu'en réalité ils n'étaient pas vraiment au courant de ce que la commune proposait comme activité. Ceux qui ne s'estimaient pas être totalement satisfaits de l'offre (13%) ont justifié leur position par le fait qu'il n'y a pas d'activités lors de mauvais temps (11%), que l'offre est peu variée (9%), et qu'il n'y a pas de location d'équipement (7%). (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

Lorsqu'il leur a été demandé de choisir parmi une liste, quelle offre de loisirs ils désireraient voir apparaître à Cudrefin, les réponses ont été significatives. En effet, 26% aimeraient pouvoir bénéficier d'un service de transport davantage développé vers les gares d'Avenches et de Ins, 17% souhaiteraient pouvoir louer des pédalos et bénéficier d'offre de cours de sport aquatique et 15% voudraient pouvoir louer des vélos. Le reste des activités proposées ne sont que faiblement demandées. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

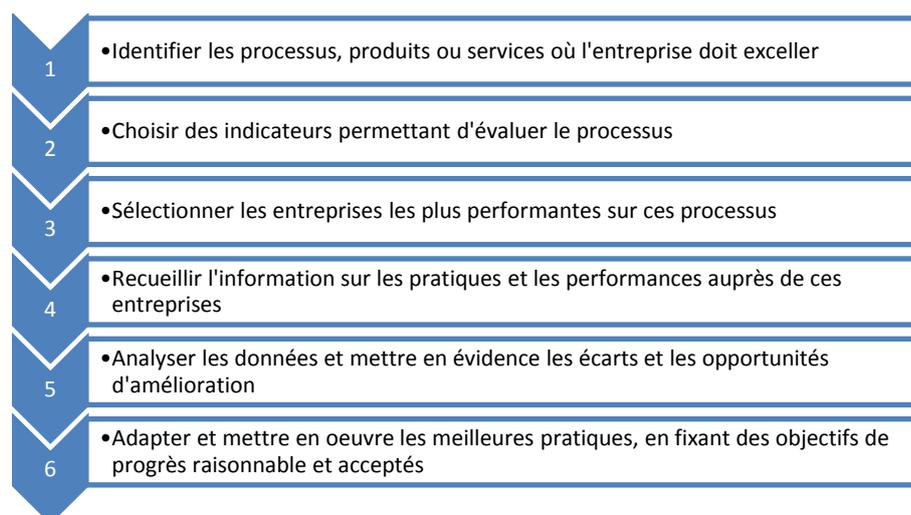
En ce qui concerne la création d'un office du tourisme, les réponses sont très partagées. 53% des personnes ont répondu oui et 46% ont répondu non à la question « si Cudrefin possédait un office du tourisme, pensez-vous que vous y rendriez ? ». A noter que 11 personnes n'ont pas répondu à cette question. Sur les 48 personnes qui ont émis une réponse positive, 39% se rendraient dans un office du tourisme pour obtenir des informations générales et diverses, 11% y iraient par curiosité et intérêt pour Cudrefin, 7% pour s'informer sur les nouveautés et 7% s'y rendrait pour obtenir des informations sur la région. Le reste des 36% correspondent à des réponses très diverses qui peuvent être consultées en Annexe VI. Sur les 41 personnes qui ont émis une position négative, 37% estiment n'avoir aucun intérêt personnel à s'y rendre, 18% estiment suffisamment connaître Cudrefin pour ne pas avoir besoin d'un office du tourisme, 15% préfèrent se débrouiller

seuls et 15% préfèrent utiliser internet. Le reste des 15% sont des justifications variées qui peuvent également être consultée en Annexe VI. (Données récoltées par l’auteur – sondage 2014)

5. Benchmarking

Aucun intérêt pour une entreprise de déployer tous ses efforts pour s’améliorer et rester, malgré tout, toujours moins bonne que ses concurrentes. Pour éviter cela, il est important de réaliser un benchmark. Le benchmark se définit comme « un processus continu d’évaluation des produits, des services, des méthodes, par rapport à ceux des concurrents les plus sérieux ou des entreprises leaders dans leur secteur » (Schoettl, 2003a, p. 6). Le benchmark suit le processus établi suivant :

Tableau 2: Etapes du benchmark



Source : Tableau de l’auteur d’après (Schoettl, 2003b, pp. 18-19)

5.1 Identification des processus, produits ou services à améliorer et indicateurs d’évaluation de l’offre touristique de loisirs

Afin de rester concis dans le benchmark, il est important d’identifier le processus, le produit ou le service à étudier prioritairement. Cette identification doit prendre en compte trois critères principaux: l’importance stratégique, autrement dit ce qui joue un rôle important dans le succès du tourisme de la commune ; l’impact sur la dynamique économique, soit ce

qui influence les coûts totaux ainsi que les revenus ; la réceptivité au changement, soit, ce où la commune a la possibilité et l'envie de s'améliorer. (Schoettl, 2003c, p. 21)

Dans le cas de la commune de Cudrefin, c'est l'offre touristique en matière de loisirs qui est étudiée. En effet, si le village étoffe sa gamme d'activités proposée aux touristes et excursionnistes, cela pourrait avoir un effet sur le succès du tourisme au sein de la commune. Comme vu précédemment au chapitre 4.1, lors de l'analyse des questionnaires distribués aux visiteurs, il en ressort que bon nombre d'entre eux souhaitent avoir davantage de choix en ce qui concerne les loisirs. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014) Cudrefin pourrait ainsi obtenir des revenus supplémentaires puisqu'une offre plus variée attirerait également plus de monde. Ce choix est également dicté par le fait que la commune ait la volonté de s'améliorer sur ce point.

Les indicateurs d'évaluation

Cinq indicateurs seront utilisés pour évaluer l'offre de loisirs de chaque commune. Tout d'abord c'est le lieu dans sa situation générale qui sera étudié. Cet indicateur permettra de mettre en avant les ressources de chaque lieu étudié et l'état général du tourisme. Une fois ce cadre posé, l'offre liée à l'eau et celle liée à la terre seront abordées. Ces indicateurs permettront de vérifier le positionnement de chaque commune en matière de loisir. Ils permettront également de voir les forces et les faiblesses des lieux dans ce domaine. Cela permettra de situer Cudrefin face à ses partenaires et de définir si des collaborations sont possibles pour les loisirs. L'étude des événements permettra de définir la marge de progression de Cudrefin. Cet indicateur permettra également de voir le potentiel touristique des événements. Finalement la communication autour de l'offre sera également prise en compte afin de voir si Cudrefin est à niveau par rapport au reste de la région. Tous ces indicateurs donneront une vue d'ensemble de ce qui touche directement à l'offre de loisir proposée aux touristes.

5.2 Communes partenaires choisies pour le benchmark

Etant donné qu'il s'agit d'un benchmark de régions touristiques, ce dernier prend un sens quelque peu différent. En effet, le tourisme doit être vu comme une globalité et ainsi les concurrents benchmark comme des partenaires. Cudrefin est un petit village qui a des

ressources économiques, humaines et naturelles limitées. Ainsi il est important que le village se compare à des communes qui lui sont supérieures mais qui restent similaires en tailles et en ressources naturelles. Nathalie Costa, auteur du livre *Veille et Benchmarking* recommande d'ailleurs de choisir des partenaires qui ne peuvent « pas trop se distinguer en termes de taille et en termes de qualité de produits » (2008, p. 110). Les communes choisies sont donc globalement performantes mais leaders du marché touristique national. Il s'agit d'Estavayer-le-lac, Morat, Avenches et Vully-les-Lacs avec la région du Vully.

L'objectif de ce benchmark sera donc de constater ce que font les partenaires de Cudrefin en matière d'offre de loisirs. Par après, la commune pourra fixer des objectifs de progrès en adaptant les résultats trouvés à son propre tourisme afin de compléter l'offre existante. L'idée n'est pas d'avoir un succès plus grand que les autres communes de la région mais d'améliorer l'offre existante de Cudrefin et de créer plus de cohérence entre la commune et ses partenaires.

Une brève explication des communes choisies se trouvent ci-dessous :

- Estavayer-le-Lac se situe sur la rive sud du lac de Neuchâtel. Le lieu « dispose du centre de sports nautiques le mieux équipé de Suisse. [...] Grâce à son télésiège nautique, la ville est devenue la Mecque du wakeboard ». (Estavayer-Payerne tourisme, 2014)
- Morat est une ville chargée d'histoire, ses remparts en témoignent. Elle fut en effet assiégée par Charles le Téméraire avant sa défaite en 1476. « Morat est aussi le paradis des amateurs de vélo, de roller et de randonnée. [...]. A disposition : 170 km de pistes cyclables autour du lac ou dans la plaine du Grand Marais, [...], des balades didactiques sur la colline du Mont-Vully ». (Morat Tourisme, 2014)
- Avenches est « un site historique d'importance nationale : ancienne capitale de l'Helvétie romaine, Avenches comptait au début de notre ère près de 20'000 habitants. ». Des événements de renom sont également organisés dans la célèbre enceinte de l'amphithéâtre romain. Le cheval y est aussi à l'honneur : « Un centre équestre, unique en Europe, a vu le jour à Avenches en 1999. Sur une surface de 142 ha, il comprend [...] une infrastructure de premier plan pour toutes les activités hippiques ». (Morat Tourisme, 2014)

- Vully-les-Lacs et la région du Vully concentrent leur offre de loisir autour du Mont Vully, célèbre pour le panorama qu'il offre à ses visiteurs. Le lac de Morat, les vignes du Vully ainsi que son vin sont mis en avant à travers diverses activités de découverte. (Morat Tourisme, 2014)

5.3 Collecte des données

Afin de réaliser ce benchmark, des recherches internet ont été faites sur les sites respectifs des offices du tourisme choisis, sur les sites privés dédiés aux animations des communes et régions respectives ainsi que sur les sites des associations ou labels auxquels les partenaires sont liés. Les brochures touristiques de chaque office ont été étudiées. Plusieurs échanges téléphoniques et via e-mails ont eu lieu avec les responsables des offices partenaires. Finalement des entretiens face à face se sont déroulés avec certains responsables afin de détailler et mieux comprendre quelques points d'analyse.

5.4 Résultats

Les résultats du benchmark sont expliqués ci-dessous. Le tableau détaillé du benchmark exposant tous les faits étudiés, peut être consulté en Annexe VIII.

5.4.1 Les communes et leurs généralités

Chaque commune attire un public spécifique d'après son positionnement, mais ce dernier est généralement originaire de Suisse allemande.

Pour chaque lieu étudié, il y a un public cible prédominant. Cependant une chose est commune à chaque endroit étudié : l'origine suisse alémanique des touristes. Estavayer-le-Lac est une destination fun, ainsi ce sont des gens âgés de moins de 50 ans qui s'y rendent pour leurs vacances. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014) Morat est une destination culturelle avec sa vieille ville et son histoire, elle est spécialiste des personnes du deuxième et troisième âge. (S. Moret, CP, 4 novembre 2014) Dans la région du Vully et de Vully-les-Lacs ce sont surtout les jeunes retraités et les familles qui aiment les randonnées et la dégustation des produits du terroir. (A. Vuilloud, responsable de l'OT de Vully-les-Lacs, communication personnelle, 14 novembre 2014) Avenches se définit selon deux axes : les festivals et la ville historique. Ainsi elle attire surtout les festivaliers ainsi que les familles qui aspirent à un tourisme de loisir. (M. Meystre, directeur d'Avenches Tourisme,

communication personnelle, 25 novembre 2014) Quant à la commune de Cudrefin, destination nature, attire surtout les retraités et les familles à la recherche du calme. Le positionnement de Cudrefin n'est toutefois pas clairement défini, l'étiquette de destination nature est déduite de l'offre présente et de l'environnement de la destination. (Données récoltées par l'auteur – sondage 2014)

Le calcul des nuitées touristiques et des revenus liés au tourisme est imprécis, mais d'après les chiffres obtenus, Estavayer-le-Lac génère le plus de nuitées hôtelières et Avenches annonce le plus gros revenu dû au tourisme.

Le revenu doit être lu avec prudence. En effet, les revenus liés au tourisme sont extrêmement complexe à calculer. (Vellas, 2011) Ainsi Pour Estavayer-le-Lac et Cudrefin il s'agit d'estimations fournies par les responsables du tourisme des communes. Vully-les-Lacs et le Vully ont préféré se montrer prudent en citant uniquement les taxes de séjours encaissées annuellement. Morat, ne voulant pas s'avancer, a refusé de communiquer un quelconque chiffre ou estimation. (E. Ruegsegger, directrice de l'Association des communes du district du Lac, communication personnelle, 7 novembre 2014) Attention donc à ne pas trop comparer les chiffres puisqu'ils ne sont pas établis sur des bases identiques.

Le nombre de nuitées est aussi à prendre avec du recul. En effet, il peut être difficile de calculer les nuitées effectuées dans la parahôtellerie. Certains propriétaires d'appartements de vacances comme à Cudrefin ou Vully-les-Lacs doivent payer uniquement un forfait taxe de séjour à la commune. Il est donc impossible de savoir précisément le nombre de nuitées. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)

1. Estavayer-le-Lac : 470'000 nuitées hôtelières et une estimation de 5 millions de francs de revenu lié au tourisme. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)
2. Morat : 254'570 nuitées hôtelières et parahôtelières, aucun chiffre n'a été fourni sur les revenus liés au tourisme. (S. Moret, CP, 4 novembre 2014)
3. Vully-les-Lacs, le Vully : 207'316 nuitées hôtelières et CHF 166'000.- de taxes de séjours encaissées pour l'ensemble de la région. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)
4. Avenches : 104'800 nuitées en regroupant le camping, l'auberge de jeunesse et les deux hôtels présents en ville. Les appartements de vacances ne sont pas inclus dans ce

chiffre. Les revenus obtenus grâce au tourisme sont estimés à 10 millions de francs. (M. Meystre, CP, 25 novembre 2014)

5. Cudrefin : 78'000 nuitées, calculés sur l'hôtellerie, le camping et une estimation pour le reste de la parahôtellerie. Les revenus obtenus grâce au tourisme sont estimés à 2 millions de francs. (B. Burri, CP, 20 novembre 2014)

Le tourisme est saisonnier pour l'ensemble de la région touristique

Pour chaque commune, les arrivées touristiques se font entre avril et fin octobre. Les mois forts sont juillet et août pour tous. Toutefois certains partenaires arrivent à générer des arrivées conséquentes jusqu'à fin octobre. C'est le cas de Morat qui attire durant les mois de septembre et octobre les groupes et les personnes âgées qui préfèrent s'y rendre une fois les grandes chaleurs passée. (S. Moret, CP, 4 novembre 2014) Estavayer-le-Lac arrive aussi à générer des nuitées en hiver grâce aux événements et au tourisme d'affaire. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014) Avenches arrive également à attirer des touristes en hiver grâce à l'attrait des sites romains ainsi que de la ville médiévale. (M. Meystre, directeur d'Avenches Tourisme, communication personnelle, 25 novembre 2014) Pour Cudrefin et la région du Vully c'est la météo qui décide du nombre de visites une fois le mois d'août terminé. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)

Toutes les communes sont accessibles en transports publics

Certains lieux sont plus faciles d'accès que d'autres notamment grâce au fait qu'ils possèdent une gare CFF. C'est le cas de la ville d'Avenches, Estavayer-le-Lac et Morat. Cudrefin, Vully-les-Lacs et le Vully possèdent des bus qui relient quotidiennement le lieu à la gare la plus proche. A noter que la commune de Sugiez (FR) qui fait partie de la région du Vully possède une gare CFF. (CFF, 2014)

Avenches est la commune la plus riche en matière d'architecture

Avenches possède de nombreuses ruines romaines d'importance nationale. Le célèbre amphithéâtre d'Avenches lui vaut toute sa renommée. Morat possède le deuxième patrimoine architectural le plus important. La ville qui accueillit la célèbre bataille de Morat, porte encore les stigmates des affrontements. Les remparts qui autrefois protégeaient la ville, invitent aujourd'hui les touristes à la découverte. (Morat Tourisme, 2014) Estavayer-le-

Lac se place en troisième position du classement. La ville abrite le Château de Chenaux, « construit à partir de 1392 par le chevalier Pierre et son frère Guillaume » (Estavayer-le-Lac Payerne et Région, 2014). Le Vully possède, quant à lui, des grottes artificielles, construites lors de la Première Guerre mondiale, pour défendre le Plateau Suisse. (Vully Riviera fribourgeoise, 2014) Sur le Mont-Vully est juché l'Oppidum, « Cet habitat fortifié date de l'époque des Celtes, environs en -124 avant JC. » (Vully Riviera fribourgeoise, 2014). La région abrite également trois autres bâtiments d'une architecture intéressante (cf. Annexe VIII). Cudrefin ne possède que trois bâtiments dignes de visite : l'église St-Théodule, la Fontaine de la Justice et la Tour carrée. (Commune de Cudrefin, 2014)

5.4.2 Les activités nautiques

Estavayer-le-Lac, leader de l'offre de loisir liée à l'eau

Estavayer-le-Lac est la ville étudiée qui offre le plus grand nombre d'activités liées à l'eau. C'est d'ailleurs grâce à ses activités nautiques qu'elle se démarque. En effet, la ville est présentée comme « véritable capitale des sports nautiques et principalement du wakeboard » (Estavayer-Payerne tourisme, 2014). Estavayer-le-Lac est considérée comme leader en matière d'activité nautique car elle offre des loisirs qu'aucune autre commune ne propose. Le cable-ski, sorte de ski nautique mécanique offre une utilisation peu conventionnelle du plan d'eau. (Alphasurf, 2014) La ville propose 20 activités nautiques différentes contre neuf pour Morat, et trois pour Avenches, Vully-les-Lacs et le Vully et Cudrefin. La gestion des activités est bien centralisée à Estavayer-le-Lac contrairement aux autres communes étudiées. La ville compte un prestataire pour trois activités. Morat, Vully-les-Lacs et le Vully ainsi que Cudrefin ont tous autant de prestataires que d'activités. Finalement Avenches propose trois activités différentes offertes par deux prestataires. (cf Annexe VIII)

Les balades en bateau ont beaucoup de succès au sein des communes étudiées

Pour quatre des cinq lieux étudiés, les balades en bateau avec la SNLNM font partie des activités les plus prisées. Cudrefin, Estavayer-le-Lac, Morat et Vully-les-Lacs et le Vully proposent ce loisir à succès. Selon M. Moret, à Morat, cette animation représente 90% des activités sur le lac, bien que le wakeboard et le paddle board prennent de l'ampleur. (S.

Moret, CP, 4 novembre 2014) Toutefois pour Estavayer-le-Lac, le bateau a du succès surtout auprès d'un public plus âgé. En effet, les activités nautiques proposées par l'entreprise Alphasurf captent toute l'attention des gens plus jeunes ou des groupes en sortie d'entreprise. Le célèbre cable-ski, le paddle ou encore le wakeboard sont des activités qui attirent énormément de monde. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Morat propose les activités nautiques aux prix les plus élevés

Après avoir recensé toutes les activités proposées par les communes, leurs prix ont été regroupés et une moyenne en a été faite par lieu. Les prix de Morat et Estavayer-le-Lac sont relativement élevés car beaucoup d'activités induisent de la location de matériel à la charge du participant. Morat a une moyenne de prix de Fr. 208.-, Estavayer de Fr. 145.-, Cudrefin de Fr. 57.- et Vully-les-Lacs et le Vully de Fr. 15.-. Pour la commune d'Avenches, beaucoup des prix ne sont pas disponibles sur internet, de ce fait aucune moyenne n'a été établie. (cf Annexe X)

Les communes n'offrent aucune activité nautique en partenariat avec d'autres lieux

Excepté les balades en bateau avec la SNLNM, aucune activité nautique ne se pratique sur le territoire de plusieurs communes et aucune activité n'est organisée par plusieurs communes.

5.4.3 Les activités terrestres

Morat et Avenches, communes leaders des loisirs liés à la terre

Puisque beaucoup des activités liées à la terre sont des visites culturelles, Morat et Avenches, villes chargées d'histoire, s'imposent dans le domaine des activités terrestres. Morat propose 33 activités différentes, Avenches 29, Estavayer-le-Lac 19, Vully-les-Lacs et le Vully 15 et Cudrefin huit. La richesse culturelle et historique de chaque lieu a un impact sur la quantité et l'attrait des activités à réaliser. La qualité des activités proposées ne dépend donc pas uniquement du professionnalisme et de la créativité des gestionnaires du tourisme de chaque lieu. Avenches est aussi la commune qui centralise au mieux la gestion de son offre de loisirs liée à la terre car un prestataire gère en moyenne trois activités. A Morat et Estavayer-le-Lac, chaque prestataire gère en moyenne deux activités. A Cudrefin, Vully-les-Lacs et le Vully, les prestataires sont presque aussi nombreux que les activités. (cf. Annexe X)

Les activités terrestres liées à la nature ont du succès

Pour trois des cinq communes, ce sont des activités en pleine nature qui ont le plus de succès. Pour Cudrefin il s'agit du centre ornithologique de la Sauge et par extension de la réserve de la Grande Cariçaie. (Donnée récoltées par l'auteur, sondage 2014) A Estavayer-le-Lac les activités liées à la Grande Cariçaie ont aussi du succès, les balades à pied et le cyclotourisme plaît également beaucoup. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014) Dans la région du Vully, c'est avant tout le sentier viticole et le Mont-Vully qui attirent les touristes. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014) Pour les communes de Morat et Avenches, les activités les plus prisées sont liées à la culture, sans toutefois écraser le succès des activités liées à la nature. Ainsi à Morat, la visite de la vieille ville plaît beaucoup tout comme le cyclotourisme. (S. Moret, CP, 4 novembre 2014) A Avenches c'est surtout la visite des sites romains et de la ville médiévale, mais la route cyclable du cœur numéro 99, balisée par Suisse Mobile attire également beaucoup de monde. (M. Meystre, CP, 25 novembre 2014)

A Morat, Avenches et Estavayer-le-Lac, les activités sont pratiquées toute l'année mais davantage lors des beaux jours, soit d'avril à fin octobre. En revanche pour Cudrefin et le Vully, comme les activités terrestres sont basées surtout sur l'extérieur, la période de fréquentation est d'avril à fin octobre uniquement. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)

Public cible commun pour les activités terrestre : familles et retraités

Les activités terrestres proposées dans la région sont relativement calme. Ce sont principalement des promenades, du cyclotourisme et des visites culturelles qui sont proposées. De ce fait c'est un public plus âgé qui est attiré, à savoir les familles et les retraités. Ce sont pour les cinq communes les publics principaux de ce genre d'activités. Toutefois Estavayer-le-Lac et Avenches arrivent à attirer un public différent : les écoles. En effet, grâce aux nombreux jeux en ville d'Estavayer-le-Lac, comme les chasses aux trésors, certaines sorties scolaires ont lieu dans cette commune. Les écoles d'Avenches mettent au programme une visite des sites romains. A noter que d'après le responsable de l'office du tourisme d'Avenches, Martial Meystre, beaucoup de classes d'écoles suisses alémaniques s'y rendent également. (M. Meystre, CP, 25 novembre 2014) Le Vully attire également beaucoup de groupes d'entreprises pour les visites des caves viticoles. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)

Morat propose les activités terrestres aux prix les plus élevés

Comme pour les activités nautiques, c'est Morat qui affiche les prix les plus élevés pour les activités terrestres. Malgré le fait que beaucoup de loisirs terrestres ne demandent aucun paiement, la moyenne des prix à Morat est de CHF 48.-. La commune est suivie de près par Estavayer-le-lac, avec une moyenne de prix à CHF 44.-. C'est la région du Vully qui se place en troisième position avec une moyenne de CHF 38.-. Finalement Avenches demande en moyenne CHF 15.- à ses visiteurs s'ils souhaitent participer à une activité terrestre et Cudrefin n'en demande que CHF 6.-.

Le réseau de mobilité douce de Suisse Mobile pousse les communes à collaborer

Chacune des communes étudiées voit passer au moins une route balisée par Suisse Mobile. Ainsi afin de capitaliser sur cette offre, les communes ont développé diverses offres qui utilisent ces chemins tout en faisant découvrir la région, comme le char à fondue. (Vonlanthen & Cosendai, 2014) Publibike® (cf chapitre 6.3.1) est aussi le résultat d'une volonté commune des lieux de mettre en place un réseau de vélos en libre-service dans l'ensemble de la région. Les communes d'Estavayer-le-Lac, Avenches, Morat et possèdent au minimum une station. (Publibike, 2014)

5.4.4 Les événements

Morat leader de l'organisation d'événements d'envergure

Il est très difficile de déterminer qui est le leader de l'organisation d'événements d'envergure au sein des communes étudiées. En effet, chaque commune bénéficie de ressources différentes et généralement les événements sont adaptés aux moyens des communes. Ainsi il y a des différences notoires d'un endroit à l'autre vis-à-vis de l'organisation d'événements. De ce fait, un tableau à points a été élaboré afin de définir la commune leader en matière d'événementiel. L'évaluation est établie en attribuant des notes de un à cinq par rapport à des critères valables pour chaque lieu étudié. Le tout est rassemblé dans un tableau qui peut être consulté en Annexe IX.

Grâce à ce tableau, Morat peut être désigné leader en matière d'événementiel. Toutefois Avenches et Estavayer-le-Lac sont proche. Les faiblesses de ces deux communes sont les suivantes :

- Estavayer-le-Lac : la moyenne du nombre de participant à chaque événement est nettement inférieure à celle de Morat ou Avenches. La commune abrite trop peu d'événement de renoms. En effet, malgré la faible différence en terme de quantité d'événements, c'est les résultats induits par l'événement lui-même qui ont un impact significatif pour la destination.
- Avenches accueille presque uniquement des événements de renoms qui attirent une moyenne de participants très élevée. Toutefois les événements ont tous lieu durant la haute saison et la moyenne des prix est largement supérieure aux autres.

Morat puise ses forces sur la répartition optimale des événements tout au long de l'année, sur la quantité d'événements organisés, sur la faible moyenne des prix ainsi que sur le nombre moyen de participant relativement élevé et le nombre d'événements de renoms.

5.4.5 La communication des loisirs touristiques

Les sites internet des administrations communales de Cudrefin et Vully-les-Lacs délivrent des informations touristiques, les autres communes possèdent des sites internet spécialement dédiés au tourisme.

Avenches, Morat, Estavayer-le-Lac et Le Vully délivrent leurs informations touristiques uniquement sur les sites internet des offices du tourisme respectifs. Si une personne se rend sur le site internet de l'administration communale d'un de ces lieu afin d'obtenir des informations relatives au tourisme, elle est automatiquement redirigée sur le site de l'OT dudit lieu. Il n'y a ainsi aucune redondance de l'information délivrée. En revanche, Vully-les-Lacs et Cudrefin laisse apparaitre des informations touristiques sur le site de leur administration communale. A noter que les deux sites internet des administrations communales de Cudrefin et Vully-les-Lacs ne sont pas pratiques. En effet, les deux sites sont uniquement en français et ne font que décrire les activités possibles dans la commune. Ils ne délivrent aucune information relative aux prestataires touristiques. Seuls quelques liens internet sont affichés pour rediriger les visiteurs vers les sites des prestataires d'activités touristiques. De plus ils ne sont pas adaptés à l'affichage sur smartphone, ne fournissent aucune vidéo promotionnelle et ont un lay-out relativement vieillot. (Commune de Vully-les-Lacs, 2014) Un récapitulatif des buts premiers pour chaque site internet étudié est présenté en Annexe X.

Toutes les communes sont présentes sur un site internet d'un office du tourisme régional, excepté Cudrefin.

Comme Cudrefin n'est rattaché à aucune structure touristique régionale, c'est la seule commune qui n'apparaît sur aucun des sites internet d'Estavayer-Payerne Tourisme, Morat Tourisme ou la Riviera fribourgeoise. Comme ces derniers sont spécialement conçus à des fins touristiques, ils sont faciles d'utilisation et pratiques. En effet ils sont soit trilingue, soit bilingue, l'offre de loisir est accessible en deux clics seulement, ils comprennent à chaque fois une description des activités possibles ainsi que des informations pratiques sur les prestataires touristiques. Toutefois aucun des sites ne permet des réservations en ligne. Cependant ils fournissent toutes les coordonnées pour que le visiteur puisse directement contacter le prestataire auquel il s'intéresse. Les sites sont tous les trois adaptés aux smartphones et proposent parfois même des vidéos promotionnelles sur la région ou sur certaines activités.

Seul Cudrefin n'affiche aucun logo d'organisme touristique cantonal sur son site internet.

Il est important de faire remarquer que Vully-les-Lacs n'affiche aucun logo sur le site internet de l'administration. Toutefois comme le lieu est rattaché à Morat Tourisme, les logos valables pour Morat Tourisme le sont aussi en partie pour Vully-les-Lacs. Vully-les-Lacs est membre des deux entités, à savoir l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT) et l'OTV, c'est pourquoi la situation de cette commune est particulière. (A. Vuilloud, CP, 3 décembre 2014) Le logo de l'OTV n'est pas affiché sur le site de Morat Tourisme puisque Morat Tourisme fait partie de Fribourg Région. Ceci pour éviter toute confusion puisque seule la région de Vully-les-Lacs est rattachée également au canton de Vaud contrairement au reste des communes présentées sur le site de Morat Tourisme. (Morat Tourisme, 2014)

La commune de Cudrefin n'affiche son appartenance à aucune organisation cantonale ou nationale. Cela est justifié puisqu'elle n'est membre d'aucune organisation cantonale ou nationale, excepté l'Association Vaudoise des Terrains de Camping (AVTC). Toutefois, les logements et les activités possibles à Cudrefin apparaissent sur le site de l'OTV. Sylvia Bolliger, collaboratrice au département Information & Développements Multimédia affirme que les informations apparaissent sur le site uniquement si un OT local en informe l'OTV.

Ainsi, d'après elle, c'est probablement un OT proche de Cudrefin qui en a fait mention auprès de l'OTV. Elle indique aussi que les informations apparaissent pour permettre une cohérence au niveau de l'offre. « Si un des clients souhaite prendre le bateau pour aller à Cudrefin, il doit pouvoir se renseigner sur ce qu'il y a à Cudrefin » (S. Bolliger, collaboratrice du département Information & Développements OTV, communication personnelle, 3 décembre 2014). C'est donc grâce à la bonne volonté des partenaires touristiques de Cudrefin que la commune est citée sur le site de l'OTV. Si Cudrefin venait à être membre en payant des cotisations annuelles (CHF 300.- + majoration selon l'effectif EPT), l'exécutif de la commune aurait le droit de vote aux Assemblées générales, un rapport d'activité annuel ainsi qu'une newsletter bisannuelle leur serait transmis également. Finalement la commune serait citée sur les listes des membres et donateurs du rapport d'activité annuel, sur la page d'accueil ainsi que sur la page *Membres* du site de l'OTV. (Office du Tourisme du canton de Vaud, 2014)

Pour le reste des communes, ce sont généralement les mêmes logos qui apparaissent sur les sites internet puisqu'elles font partie de la même région touristique et donc des mêmes organismes touristiques. Tous ces organismes s'efforcent de fonctionner ensemble pour optimiser la gestion du tourisme suisse. Un tableau résumant les logos qui apparaissent sur les sites des communes étudiées est disponible en Annexe XI.

Estavayer-le-Lac leader de l'édition de brochures touristiques.

Il est très difficile de comparer le niveau de qualité des brochures de chaque région étudiée car chaque lieu possède ses propres infrastructures et sa propre histoire. Il est donc impossible de comparer le contenu ou encore le nombre des brochures. Afin d'évaluer le plus équitablement les brochures de chaque commune, des critères de comparaison généraux sont établis. Les résultats sont ensuite notés de un à cinq afin de déterminer, d'un point de vue global, la commune qui gère au mieux ses brochures touristiques. Le tableau d'évaluation est disponible en Annexe XII.

C'est la commune d'Estavayer-le-Lac qui obtient le plus grand nombre de points. La commune couvre tous les sujets pour lesquels les touristes seraient susceptibles d'avoir des interrogations. Ses brochures sont toutes au minimum bilingues et la majorité d'entre elles fournissent des informations pratiques sur les prestataires touristiques de la ville. Les

brochures sont toutes très récentes, certaines d'entre elles sont même rééditées chaque année. Les touristes ont également la possibilité de consulter les brochures en ligne sur le site de l'office du tourisme ou de les commander pour les recevoir directement chez eux. (Estavayer-Payerne et Région, 2014)

Les points faibles des autres communes en matière de brochures touristiques sont relatés ci-dessous :

- Cudrefin : très peu de sujets abordés, aucune information pratique sur les prestataires touristiques, brochures vieillissantes, impossible de consulter les brochures en ligne ou de les commander. (Commune de Cudrefin, 2004)
- Morat : une des brochures est uniquement en français, moins de la moitié des brochures fournit des informations pratiques sur les prestataires touristiques, impossible de commander les brochures en ligne. (Morat Tourisme, 2014)
- Avenches : peu de sujets abordés, brochures vieillissantes. (Avenches Tourisme, 2014)
- Vully-les-Lacs et le Vully : peu de sujet abordés, brochure vieillissante, seule une brochure sur deux fournit des informations pratiques sur les prestataires touristiques, impossible de consulter les brochures ou de les commander en ligne. (Vully Tourisme, 2005)

5.5 Bilan de Cudrefin face au benchmark

Ce benchmark montre bien que Cudrefin est dissocié de la région touristique dans laquelle la commune se trouve. Il y a une réelle unité due aux collaborations touristiques entre les communes partenaires du benchmark, mais Cudrefin n'étant membre d'aucun organisme régional est laissé de côté. Il est impératif pour la commune de se relier rapidement à Estavayer-Payerne Tourisme pour améliorer la cohérence de l'offre touristique au sein de la région. Une fois cette collaboration établie, la commune ne devra pas oublier de mettre des liens, à l'aide de logo par exemple, sur ses sites internet pour montrer son rattachement aux divers organismes dont elle est ou sera membre (Estavayer-Payerne Tourisme, AVTC, JTL,...).

Le benchmark montre aussi que les communes se démarquent généralement soit au niveau de l'offre de loisirs nautique, soit au niveau de l'offre de loisirs terrestre. Aucune des communes ne peut se vanter d'être leader sur les deux fronts. Toutefois, Cudrefin ne se

distingue sur aucun des deux types d'activités de loisirs, son offre est extrêmement pauvre. Elle se doit donc de choisir un positionnement pour son offre de loisirs et développer des activités selon l'orientation choisie.

Excepté pour les offres de mobilité douces (SuisseMobile et Publibike), les communes ne collaborent pas vraiment entre-elles pour développer des offres de loisirs à grande échelle. Les communes proposent de nombreuses activités mais ces dernières se limitent souvent au territoire politique du lieu.

Vis-à-vis de ses partenaires, Cudrefin est également pauvre en matière d'événementiel. La commune pourrait dynamiser son territoire en créant des événements en collaboration avec ses partenaires pour ne pas concurrencer leurs événements.

La communication de Cudrefin autour de son offre de loisirs est également à revoir. Elle ne diffuse aucune information réellement pratique pour le visiteur. Son isolement politique et structurel est également la cause d'une communication et d'une promotion faible. Les brochures sont vieillissantes et sans grand intérêt pour les touristes. Le village se doit de les rééditer. Une collaboration avec un OT régional pourrait améliorer la visibilité de l'offre touristique du lieu tant virtuellement qu'à travers des brochures en papier.

6. Proposition de développement de l'offre touristique de loisirs

Sur la base des analyses et recherches effectuées sur Cudrefin tout au long de ce travail, ce chapitre propose des solutions concrètes visant à étoffer l'offre de loisirs actuelle. Chacune des propositions d'amélioration mériterait un concept d'exploitation approfondi. Toutefois, le but de ce travail est de présenter d'un point de vue large chaque proposition en exposant tout ce à quoi il faudra penser précisément lors de la mise en place effective de la nouvelle offre.

6.1 Aspects de l'offre touristique de loisirs à améliorer

Le benchmark, les questionnaires distribués et l'analyse SWOT du village ont permis de définir clairement les points où doit s'améliorer le village afin de garantir la pérennité de son tourisme. Cudrefin devrait donc à travers son offre tendre à :

- Plus de cohérence avec l'offre de loisirs de sa région touristique
- Plus de visibilité
- Plus de diversité
- Limiter la saisonnalité de son offre

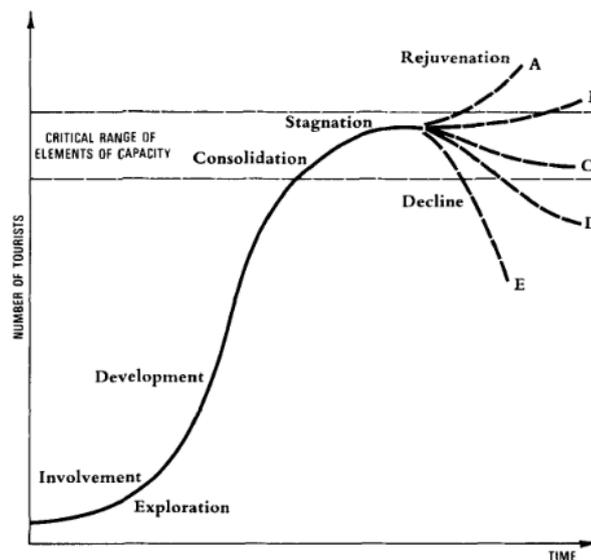
Les propositions exposées dans la suite de ce travail répondront à chaque fois aux questions suivantes :

- Quel est le concept de l'offre ?
- Quel est l'objectif de la mise en place de cette nouvelle offre ?
- Quels sont les risques et les limites d'une telle offre ?
- Quels sont les coûts de cette offre ?

Afin d'avoir une vision optimale et un outil clé pour la mise en place des nouveaux projets, un cadre logique reprenant les objectifs globaux, spécifiques, les résultats attendus et les activités à réaliser est présenté à la fin de chaque proposition. Ce cadre fait naturellement apparaître les points positifs de la mise en place de l'offre exposée.

6.2 Cadre d'évolution pour la gestion des nouveaux projets

La popularité de chaque destination touristique peut être évaluée sur la courbe du cycle d'évolution des destinations touristique de Richard Butler. Cette courbe est initialement adaptée du cycle de vie d'un produit commercial et comprend les étapes suivantes : l'exploration, l'implication, le développement, la consolidation et la stagnation. Suite à ces étapes, la destination peut suivre différents cours : la stagnation, le déclin ou la reprise. (Butler, 1980) La figure 1 illustre le modèle de Butler :

Figure 1: Modèle du cycle d'évolution de Butler

Source : (Butler, 1980)

Les caractéristiques de chaque étape, décrites par Butler, sont présentées dans un tableau qui peut être consulté en Annexe XIV. D'après ces caractéristiques, la commune semble se situer aujourd'hui dans une période vague entre la période de développement et de consolidation. En effet, la destination ne possède pas de positionnement clair, la municipalité a également refusé toute intervention extérieure jusqu'à récemment. En effet, aujourd'hui, la commune tend à une collaboration avec l'office régional d'Estavayer-Payerne Tourisme afin de professionnaliser sa gestion du tourisme. Ainsi tout semble indiquer que la responsabilité des indigènes envers le tourisme risque de diminuer avec les années. Cudrefin réfléchit également à des investissements pour le tourisme, c'est d'ailleurs le sujet même de ce travail. En revanche les investissements pensés sont larges et ne touchent pas uniquement l'hébergement. Toutefois ce sujet a aussi été étudié par la municipalité. En effet, la boursière communale, Brigitte Burri, a d'ailleurs indiqué qu'un projet de système de location des chalets, répartis sur la rive, en partenariat avec les propriétaires de ces derniers avait été abordé. De plus un nouveau mobilhome de location au camping communal de Cudrefin va être installé dans le courant de l'année 2015. (B. Burri, CP, 28 novembre 2014). Certaines caractéristiques de la période de consolidation sont aussi visibles dans la destination. En effet, le nombre de touristes durant la haute saison excède la population totale de Cudrefin. L'économie de la destination est en partie dépendante de son tourisme

et certaines des infrastructures touristiques deviennent vieillissantes. Finalement le nombre d'arrivée de touristes chaque année semble plutôt être caractéristique de la stagnation puisque ce dernier n'évolue presque pas d'année en année (cf. Annexe XIII). (Butler, 1980)

Afin de ralentir le cycle d'évolution de la destination et éviter la stagnation dans un futur plus ou moins proche, la commune doit étoffer son offre touristique et se rattacher à une structure touristique régionale afin de conserver sa popularité.

Il s'agit d'apporter des innovations réfléchies afin de satisfaire la vision touristique du lieu ainsi que les tendances futures de consommation et d'offre. En effet, les propositions qui suivent cherchent à s'adapter à la vision globale des touristes et visent à une « meilleure gestion et une meilleures répartition des espaces de tourisme » (Hazebroucq, 2007a, pp. 117-153). De plus ces propositions tendent à être, comme indique Mahfoud Ghezali dans son travail sur la « Gestion Intégrée des zones côtières : l'approche Statutaire de la zone Côte d'Opale », « écologiquement renouvelables, socialement équitables et économiquement viables » (in Hazebroucq, 2007b, pp. 117-153) pour éviter tout impact négatif sur ce triangle sociétal.

6.3 Création d'une nouvelle offre

Toutes les propositions dans les chapitres suivants ont été soumises à l'appréciation de la municipalité de Cudrefin, lors de la séance de municipalité du 17 novembre 2014. L'exécutif a ainsi donné son approbation sur la viabilité économique de ces projets. La municipalité a également indiqué quatre projets que la commune souhaitait développer dans un futur proche. Il s'agit des projets des chapitres : 6.3.1, 6.3.2, 6.3.3, 6.3.4. Le reste des projets a attisé positivement la curiosité de la municipalité, cette dernière pourrait donc mettre en place ces projets à moyen-long terme. (Municipalité de Cudrefin, communication personnelle, 17 novembre 2014)

6.3.1 Publibike®

Publibike est un système de location de vélos et de e-bikes à partir de stations fonctionnant en libre-service. Grâce à votre carte client, vous empruntez un vélo à une station et le rendez dans une autre, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24. (Publi Bike, 2014)

La commune aspire vivement à l'installation d'une station de vélos en libre-service (VLS) puisqu'elle a budgété un montant de Fr. 50'000.- pour l'année 2015 destiné à la mise en place de cette offre. (B. Burri, CP, 17 novembre 2014) Ce service devrait donc apparaître à Cudrefin au cours de l'année 2015.

L'objectif

Installer une station Publibike® à Cudrefin permettrait une meilleure cohérence de l'offre de loisir au sein de la région touristique de Cudrefin. En effet, les communes d'Estavayer, Avenches, Morat et Payerne en possède déjà une ou plusieurs. Il s'agirait donc de combler l'offre régionale. D'après Laurent Mollard, plusieurs installations de stations Publibike® étaient initialement prévues le long de la rive sud du Lac de Neuchâtel ainsi que dans la région de la Broye. Toutefois, les petites communes se sont finalement rétractées pour des raisons financière. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)

Aménager une station de VLS à Cudrefin rendrait service aux touristes pour qu'ils puissent se déplacer librement dans la région à moindre coût, tout en profitant des paysages et de l'offre touristique de loisir de toute la région. Grâce à cette offre, les distances entre chaque station Publibike sont réduites. Les utilisateurs ont besoin de parcourir un trajet moins long jusqu'à la prochaine station où ils pourront recharger ou déposer leur vélo ou e-bike. Ceci est donc idéal pour les personnes moins endurantes tels que les seniors ou les familles avec des enfants en bas âge. Ceci correspond à la clientèle touristique typique de Cudrefin puisque la plupart des visiteurs ont entre 36 à 75 ans. (Données récoltées par l'auteur, sondage 2014)

Les routes cyclables officielles

Plusieurs chemins cyclables balisés par SuisseMobile existent dans la région touristique de Cudrefin (cf. Annexe XV) et entre les communes qui possèdent une station Publibike®. Voici la liste des chemins les plus directs pour relier Cudrefin aux communes possédant une station les plus proches :

- Estavayer-le-Lac est atteint en deux heures via la route n°5
- Avenches est atteint en une heure et demi via les routes n°5, 481 et 44
- Morat est atteint en deux heures via les routes n°5, 59 et 44

- Payerne est atteint en deux heures et demi via les routes n°5, 481 et 44 (SuisseMobile, 2014)

Le rééquilibrage des stations

Les stations Publibike® ont toutes plus de bornes que de vélos à disposition, cela afin de laisser une marge pour un déséquilibre dans le dépôt des vélos. Publibike® engage également un vélo-passeur qui s'occupe quotidiennement du rééquilibrage des stations. Ces personnes font partie d'une association spécialisée et habitent dans un périmètre proche de la station dont ils devront s'occuper. Pour le réseau Publibike de Romont Les Lacs, zone dont Cudrefin ferait partie, c'est auprès de l'association CARITAS que les vélo-passeurs sont engagés. (S. Limao, cheffe de produit Romandie et Tessin chez Publibike, 25 novembre 2014)

Utilisation des stations

Les utilisateurs pourront se procurer un vélo moyennant un paiement de Fr. 10.- pour une carte journalière. Ces cartes sont vendues sept jours sur sept. De ce fait, il n'est pas impossible de combiner la vente des cartes dans deux endroits différents si l'un est fermé le dimanche par exemple. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014) D'après le Syndic de Cudrefin, il pourrait y avoir un point de vente au bureau du tourisme et un autre dans une buvette proche du lac ou dans un restaurant par exemple. (B. Baumann, Syndic de Cudrefin, communication personnelle, 25 novembre 2014)

Les risques et les limites

Le réseau actuel de Publibike® dans la région touristique de Cudrefin est relativement faible. Pour une utilisation optimale il faudrait pousser un maximum de commune à installer des stations Publibike®. La météo joue naturellement un rôle dans le succès de l'utilisation de cette offre. Durant l'hiver, les vélos risquent d'être faiblement sollicités.

Publibike® met à disposition de ses clients deux types de stations : fixée au sol ou sur une plaque en métal. Si la station est fixée au sol alors la commune a besoin de génie civil, en revanche, si elle est posée sur une plaque métallique, ce n'est pas nécessaire. Après discussion avec le Syndic, c'est probablement la station sur plaque qui sera installée à Cudrefin. (B. Baumann, CP, 25 novembre 2014)

En cas d'accidents ou d'endommagements des vélos ou de la station, il y a deux cas de figures différents. Si le dommage survient lorsque le vélo est à la station, c'est l'assurance de Publibike® qui prendra en charge les dégâts. Si le dommage arrive lorsque le vélo est en utilisation par une personne alors c'est l'assurance responsabilité civile de la personne qui prendra en charge les dommages. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014)

Sponsoring

Sur la borne mère de chaque station Publibike®, un espace dédié au sponsoring est disponible. Ainsi une partie de la station pourrait être financée par du sponsoring. A noter que sur chacun des vélos de la station est fixé un espace publicitaire qui est contrôlé par Publibike® et dont l'argent de la location revient à Publibike®. Toutefois, si la commune fournit le publicitaire elle pourra récupérer 15% de l'argent obtenu par la location de l'espace publicitaire. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014)

Les coûts

La rentabilité financière n'est pas l'objectif de cette installation. Un tableau résumant les coûts de mise en place d'une station Publibike® a été établi sur la base d'une offre transmise par la société Publibike® à la suite d'un entretien avec Susana Limao, cheffe de produit pour la Suisse romande et le Tessin, le 25 novembre 2014. Le tableau des coûts peut être consulté en Annexe XVI. Madame Limao a souhaité bien comprendre les besoins de Cudrefin pour définir une offre adaptée à la commune. Elle a ainsi créé deux offres sur la base de deux scénarios différents :

- Scénario 1 : 10 bornes de location avec 7 vélos donc 4 mécaniques et 3 électriques pour Fr. 69'700.00.
- Scénario 2 : 10 bornes de location avec 7 vélos mécaniques pour Fr. 65'700.00. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014)

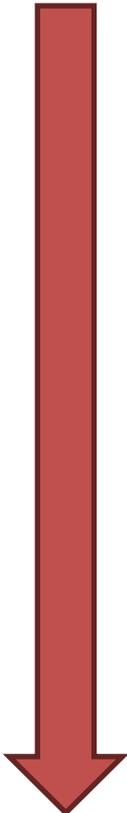
D'après le Syndic de Cudrefin, Monsieur Baumann, président du comité de gestion du Fond de Développement Régional (FDR), une aide financière pourrait être obtenue de la part du FDR de la Communauté régionale de la Broye (COREB). En effet, en 2011, Fr. 40'000 avaient été accordés aux villes d'Estavayer-le-Lac et Payerne pour l'implantation de station de vélos en libre-service. Le FDR avait accepté d'aider ces villes car le projet touchait la

région dans son ensemble. De ce fait, Cudrefin peut théoriquement compter sur le soutien financier de la COREB. (Gentizon, 2011)

Mme Limao précise qu'en début 2015, lors du bilan 2014, elle pourra indiquer combien de cartes journalières le village peut espérer vendre en se basant sur une commune similaire à celle de Cudrefin. Le nom du village de comparaison restera toutefois confidentiel. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014)

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet et peut être utile pour faciliter la mise en place de l'offre. Il présente également les points positifs de l'offre.

Tableau 3: Cadre logique Publibike®



Objectif général		
Améliorer la cohérence du cyclotourisme au sein de la région touristique de Cudrefin		
Objectifs spécifiques		
Toucher autant les indigènes que les visiteurs	Toucher un public large : de 6 à 99 ans	Promouvoir le tourisme durable à travers les mobilités douces
Résultats attendus		
Augmentation des excursions au sein de la région touristique	Augmentation de la satisfaction de l'offre de loisirs de la part des touristes	Utilisation partagée entre les indigènes et les visiteurs
Activités		
Installation d'une station de vélos et vélos électriques Publibike® à Cudrefin	Communication et promotion autour de la station Publibike®	Collaboration avec les communes partenaires

Source : Tableau de l'auteur

6.3.2 Patinoire en glace synthétique

Il s'agirait d'installer une patinoire en glace synthétique sur la place du port de Cudrefin pour une durée de trois mois, soit de novembre à fin janvier. La glace synthétique garanti la qualité de la patinoire même si les températures venaient à monter. Un arrangement avec les buvettes bordant la patinoire serait établi pour la gestion de la location des patins.

La commune pensait à l'installation d'une patinoire il y a déjà quelques temps puisque cette dernière avait demandé des offres à plusieurs fournisseurs. Toutefois, ces entreprises ne fournissaient que des glaces ordinaires. Le projet d'une patinoire en glace synthétique a convaincu la municipalité qui y voit une manière de réduire ses frais d'entretien et d'amener un côté moderne à cet événement. (Municipalité de Cudrefin, CP, 17 novembre 2014)

L'objectif

Pour une destination lacustre comme Cudrefin, la saisonnalité de son tourisme est indéniable. Ainsi venu l'automne et ses températures plus fraîches, les touristes se font de plus en plus rares. Il serait extrêmement difficile d'inverser cette tendance et ce n'est d'ailleurs pas l'objectif de ce projet. Toutefois, cette patinoire permettrait d'amener un peu de vie au village durant l'hiver et favoriserait la venue d'excursionnistes. Ce sont principalement les revenus découlant de la mise en place de ce concept qui peuvent être profitable au village. En effet, les consommations dans les buvettes bordant la patinoire ou dans les restaurants peuvent être influencées par la mise en place de cet événement. Toutefois, afin d'attirer un maximum de personne, un programme d'animation autour de la patinoire devrait être pensé (jeux pour enfants, petits marchés de Noël, chalets à fondue, etc.). L'installation seule de la patinoire aurait un impact trop faible. Ce serait donc au bureau d'animation du tourisme de Cudrefin de s'occuper de l'animation de cette offre ponctuelle. (cf. chapitre 6.4, p. 67).

A noter que la place du port est idéale de par son revêtement bétonné, la proximité de ses buvettes, la place de jeu pour les plus petits et la proximité d'un parking public. Elle est suffisamment grande, ce qui est idéal pour installer une patinoire d'environ 200 mètres carrés.

La glace synthétique de l'entreprise Glice®

Monsieur Michael Vettiger, directeur du marketing et des ventes de l'entreprise Glice® (<http://glicerink.com/>), spécialiste des patinoires en glaces synthétiques, en a défini quelques caractéristiques. La glace synthétique est plus chère à l'achat qu'une glace ordinaire mais son faible besoin d'entretien permet de réduire les coûts sur la durée. En effet, il ne suffit qu'un peu d'eau pour nettoyer la surface. La qualité du glissement est

définie par le polymère et non par l'entretien. Ainsi la durée de vie des glaces synthétique est de 10 à 15 ans. Un autre gros avantage de la glace synthétique est sa technologie écologique. Ce procédé réduit la consommation énergétique à zéro durant son utilisation. La glace est également fabriquée à partir de substance non-toxique et le matériau est totalement recyclable. Il a également indiqué que ce type de patinoire se monte avec quatre ou six personnes en quelques heures. Une personne de l'entreprise amène le matériel et aide au montage afin de fournir les explications adéquates. A noter que cette entreprise est particulièrement intéressée à collaborer avec la Suisse romande, car ses parts de marché dans cette région sont très faibles. Elle souhaite donc développer sa notoriété dans cette zone de la Suisse. (M. Vettiger, directeur marketing et ventes chez Glice®, communication personnelle, 18 novembre 2014)

Les risques et les limites

La météo joue un rôle important dans le succès de cette offre. Bien que la neige ne soit guère un problème, la pluie, en revanche, pourrait l'être. Une protection sous forme de tente en plastique pourrait bien être installée mais si tel est le cas, les patineurs n'auront plus la joie d'observer le spectacle du bord du lac en hiver. La participation et la bonne collaboration des propriétaires des buvettes bordant la patinoire doivent également être rigoureuses et de qualité pour garantir le succès de la patinoire. Finalement un programme d'animation autour de la patinoire doit également être pensé pour favoriser la venue des patineurs.

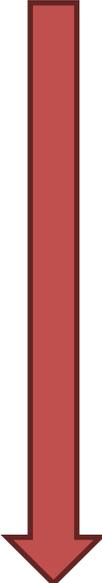
Les coûts

Michael Vettiger, responsable des ventes et du marketing chez Glice®, a transmis une offre pour la location d'une patinoire de 200 mètres carrés pour trois mois. Le coût total de l'installation se monterait à Fr. 29'592.-. Les chiffres détaillés de l'offre peuvent être consultés en Annexe XVII. L'installation en elle-même ne vise pas à dégager un bénéfice, c'est les dépenses des utilisateurs autour de la patinoire qui ont un intérêt pour la commune. Idéalement la commune devrait simplement rembourser ses frais de location. Afin d'avoir une approximation du revenu potentiel de cette installation, Michael Vettiger, a été contacté. L'entreprise Glice® a installé dans le cours de l'année 2014 une patinoire de 200 mètres carrés à Brunnen, petite commune de 1600 habitants, comparable à Cudrefin.

Les données relatives au nombre d'entrée ne sont pas encore disponibles mais il a fait savoir qu'il les transmettrait à la commune au début de l'année 2015. Il a toutefois spécifié que régulièrement les clients indiquaient avoir récupéré l'investissement d'achat dans la première année d'opération. S'il s'agit d'une location, comme supposé à Cudrefin, cela dépend de la période de location. Il indique qu'avec 300 visiteurs par semaine (150 pendant la semaine et 150 pendant le weekend) en plus de la location de patins, il est aisé de récupérer le coût de location. Il précise également que la patinoire pourrait être louée à des entreprises et clubs pour des événements de loisir pendant quelques heures afin d'amortir la location. Finalement, des sponsors pourraient apposer leur logo sur les rambardes de la patinoire afin d'aider à financer le projet. (M. Vettiger, CP, 27 novembre 2014)

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet et peut être utile pour faciliter la mise en place de l'offre. Il présente également les points positifs de l'offre.

Tableau 4: cadre logique pour une patinoire



Objectif général			
Dynamiser la saison creuse		Diminuer la saisonnalité de l'offre	
Objectifs spécifiques			
Toucher les indigènes et les visiteurs	Faire profiter les commerces locaux du tourisme	Diminuer la dépendance météorologique de l'offre	
Résultats attendus			
Des excursionnistes viennent à Cudrefin durant la basse saison	Augmentation des revenus pour les commerces locaux en basse saison	Utilisation partagée entre les indigènes et les visiteurs	
Activités			
Installation d'une patinoire en glace synthétique à Cudrefin	Communication et promotion autour de l'offre	Formation pour l'entretien et la maintenance de la patinoire	Collaboration avec les propriétaires des buvettes du port

Source : Tableau de l'auteur

6.3.3 Parcours didactique au sein de la Grande Cariçaie

Cudrefin se situe au cœur d'un trésor naturel : la réserve de la Grande Cariçaie. A l'heure actuelle, il existe un sentier pédestre au sein de la réserve et les touristes de Cudrefin peuvent s'y promener. Toutefois, ils n'y trouveront que peu d'explications et aucune route ludique n'est réellement établie. Ce projet vise donc à définir un circuit didactique que les

visiteurs pourront parcourir à leur gré. Au fil de leur promenade ils découvriront des panneaux explicatifs pourvus de QR codes qui, une fois scanné, leur délivreront une note audio explicative en français ou en allemand.

L'objectif

Le but d'une telle installation est d'étoffer l'offre de loisir tout en sensibilisant les visiteurs à l'environnement et à la préservation de ce dernier. La réserve de la Grande Cariçaie est une aubaine pour le tourisme de Cudrefin, c'est d'ailleurs ce qui lui donne toute sa visibilité. En effet le centre ASPO de la Sauge est visible sur de nombreux sites d'office du tourisme locaux mais également régionaux et cantonaux, comme sur le site de l'OTV par exemple. (Office du Tourisme du Canton de Vaud, 2014) Toutefois, la commune n'exploite pas suffisamment son potentiel. A noter que la saison idéale pour l'observation de la faune et la flore de cette réserve est le printemps (C. Le Nédic, Biologiste et Responsable communication de l'Association de la Grande Cariçaie, communication personnelle, 17 novembre 2014). Ainsi cette offre permettrait un étalement temporel du tourisme et donnerait à Cudrefin un attrait supplémentaire lors de cette période relativement creuse.

« Les attentes des visiteurs ont changé: ils ne se contentent plus de contempler les paysages; ils veulent participer, vivre des expériences et connaître la signification de ce qu'ils voient. » (Domergue, 2014a). C'est pourquoi agrémenter ce circuit à l'aide de QR codes répond à la demande actuelle. Il y a « un intérêt grandissant pour les outils technologiques en milieu naturel, qui présentent l'avantage d'améliorer l'accessibilité à l'information et de rompre avec la visite traditionnelle » (Domergue, 2014b). De plus en Suisse, de nos jours, ce sont 93% des ménages qui possèdent au minimum un téléphone mobile. La part de personne qui ne pourra pas profiter pleinement de cette offre est donc faible. (Office fédéral de la statistique, 2014)

Les circuits

Comme la réserve est très étalée et étroite, il est difficile d'établir de grand circuits, c'est pourquoi deux petites boucles ont été prévues. Monsieur Christophe Le Nédic, biologiste et responsable communication de l'Association de la Grande Cariçaie a bien voulu apporter ses

idées au cours d'un entretien, afin de définir deux routes intéressantes pour les visiteurs. Les deux circuits sont au départ de Cudrefin et durent approximativement deux heures.

Circuit dans la réserve n°7, Réserve naturelle de Cudrefin

Le circuit est au départ de Cudrefin, plus précisément de son camping communal. Le trait en violet correspond au chemin emprunté par les promeneurs. Comme les visiteurs passent par le centre ASPO de la Sauge, il pourrait être possible de suggérer aux marcheurs une halte dans le restaurant de ce dernier pour déguster les spécialités du lac de Neuchâtel. Les étapes qui composent le circuit et la description des postes d'information audio destinés aux promeneurs, peuvent être consultées en Annexe XVIII.

Figure 2: Circuit de la réserve n°7 de Cudrefin



Source : (Association de la Grande Cariçaie, 2014)

Circuit dans la réserve n°6, Réserve naturelle des Grèves de la Motte

Le deuxième circuit, également au départ de Cudrefin, débute vers la zone résidentielle des Chavannes et se prolonge jusqu'à la hauteur de Chabrey. Le trait en violet correspond au circuit. Cet itinéraire est différent du précédent puisque son parcours ne se situe pas uniquement dans la réserve. Le dernier poste d'information sera consacré à une description de Cudrefin et se situera sur la place centrale du village, près du restaurant de l'Hôtel de Ville afin d'encourager les promeneurs à faire une halte dans ledit restaurant à la fin du

circuit. Les étapes qui composent le parcours et la description des postes d'information audio destinés aux promeneurs peuvent être consultées en Annexe XIX.

Figure 3: Circuit de la réserve n°6 de Cudrefin



Source : (Association de la Grande Cariçaie, 2014)

Les visites guidées

La commune souhaiterait également mettre en place des visites guidées du circuit. Cette idée permettrait de toucher un public plus large. Les seniors ne sont pas tous forcément à l'aise avec la technologie, ainsi cette option leur permettrait de découvrir le circuit sans devoir posséder un smartphone. Une visite guidée pourrait ainsi avoir lieu un week-end sur deux durant la haute saison et une fois par mois au printemps et en automne. François Turrian, directeur du Centre-nature ASPO de la Sauge, a été contacté pour savoir s'il serait possible que certains des guides du centre de la Sauge puisse faire les visites des circuits au départ de Cudrefin. Ce dernier a répondu que tant que les produits ne faisaient pas concurrence à ceux offerts par le centre, cela serait envisageable. Il a toutefois précisé qu'il préférerait que les gens viennent à la rencontre des guides plutôt que l'inverse et qu'il serait plus pratique de combiner les circuits à ce qui existe déjà. (F. Turrian, directeur du Centre-nature BirdLife de la Sauge, communication personnelle, 8 décembre 2014)

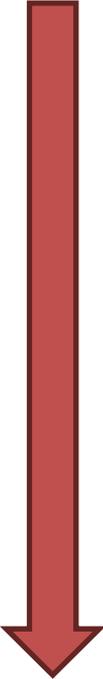
Les risques et les limites

Ce projet induit peu de risques. En effet, le succès de la réserve n'est plus à prouver, il s'agirait simplement d'améliorer l'offre actuelle et de la rendre plus moderne et interactive. Une bonne communication autour de cette offre est impérative pour que les gens soient au courant. Il y a également un risque écologique : il faudrait s'assurer que les gens respectent le circuit et ne s'aventure pas dans les zones interdites aux marcheurs. La météo est aussi un facteur qui pourrait limiter le succès des circuits. Evidemment la condition fondamentale au bon déroulement de cette activité est le fait que les promeneurs doivent avoir au moins un smartphone chargé pour obtenir toutes les informations. Toutefois, afin de ne pas créer une trop grande discrimination, les panneaux sur lesquels figureront les QR codes fourniront également un peu d'information écrite.

Les coûts

Cette offre n'est pas à but lucratif, il s'agit simplement d'étoffer les possibilités d'activités à Cudrefin tout en sensibilisant les visiteurs à leur environnement. Selon les dires de Monsieur Christophe Le Nédic, l'Association de la Grande Cariçaie pourrait peut-être participer financièrement à l'installation de ce circuit puisqu'elle y trouve un intérêt. (C. Le Nédic, CP, 17 novembre 2014) Un tableau des coûts prévisionnels a été établi à l'aide des informations fournies par Laurent Mollard, directeur de l'OT d'Estavayer Payerne et Région. En effet, la commune d'Estavayer-le-Lac possède plusieurs circuits accompagné de QR codes. M. Mollard a donc bien voulu fournir les prix relatifs à un circuit similaire à ceux imaginés pour la réserve des abords de Cudrefin. Le tableau descriptif des coûts détaillés peut être consulté en Annexe XX. La commune doit s'attendre à investir un montant de l'ordre de Fr. 32'500.- pour créer les deux circuits. Ce montant comprend l'installation, la création des notes audio, la création des QR codes, la création des textes et des traductions, la création et l'impression des brochures liées aux circuits.

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet, il peut être utile pour faciliter la mise en place de l'offre. Ce tableau présente également les points positifs de la mise en place de circuits didactiques dans la réserve naturelle.

Tableau 5: Cadre logique pour des circuits didactique dans la Grande Cariçaie


Objectif général			
Diversifier l'offre touristique en accord avec les tendances futures de la demande			
Objectifs spécifiques			
Développer le tourisme durable	Toucher un large public	Intégrer la technologie dans l'offre de loisirs	Utiliser les ressources touristiques disponibles
Résultats attendus			
Développement du tourisme au printemps	Augmentation de la satisfaction des visiteurs par rapport à l'offre de loisirs	Utilisation partagée entre les indigènes et les visiteurs	
Activités			
Création de circuits didactiques QR codes au sein de la réserve naturelle	Communication et promotion autour de l'offre	Collaboration avec l'Association de la Grande Cariçaie	Définir un guide touristique pour les visites guidées

Source : Tableau de l'auteur

6.3.4 Marché aux fleurs sur la place du village

Trois jours de suite, en juillet, Cudrefin propose à ses visiteurs et villageois, une exposition florale des fleuristes et horticulteurs de Cudrefin et de la région. Certains produits dérivés des fleurs sont également exposés comme des cosmétiques, des glaces, des desserts, des parfums artisanaux, des confitures, des savons ou encore des œuvres d'arts. La commune met à disposition un espace au centre du village. Le marché se déroule tout au long de la journée.

Il y a environ cinq ans, la commune abritait un marché d'été présentant des produits frais locaux sur la place du port. Toutefois lors du changement de législature en 2011 cet événement a été mis de côté. Aujourd'hui la municipalité souhaite réintroduire un événement similaire qui puisse créer une situation gagnante tant pour les commerçants locaux que les visiteurs de Cudrefin. (Municipalité de Cudrefin, CP, 17 novembre 2014) Par ailleurs la situation du marché sur la place du village est idéale puisqu'elle se trouve à proximité de plusieurs restaurants, il est ainsi facile pour les visiteurs d'allier découverte du marché et restauration.

L'objectif

En haute saison, les activités touristiques se concentrent essentiellement au bord du lac et au camping, de ce fait, le centre du village est très calme. Afin de dynamiser cette zone et pousser les gens à profiter davantage du lieu, un marché aux fleurs serait installé. Cette offre mettant en scène les commerçants locaux, permettrait un cadre de rencontre entre les indigènes et les visiteurs. Ce marché ferait profiter financièrement les commerçants du tourisme.

Il est important de faire remarquer que chacune des communes étudiées à travers le benchmark abrite au moins un marché durant l'année. Ces marchés attirent non-seulement du monde, mais permettent également le développement d'animations ou de produits touristiques dérivés. En effet, des buvettes ou des stands de restauration ont notamment vu le jour grâce à la brocante d'Estavayer-le-Lac. Un concours de beauté des races bovines de Suisse a lieu à côté du marché artisanal lors de « La ferme en ville » à Estavayer-le-Lac. (Estavayer Payerne et région, 2014) A Morat, c'est un souper de gala sur le thème de la truffe qui a vu le jour grâce au marché aux truffes. (Morat Tourisme, 2014) Il y a donc un réel potentiel de développement autour de la mise en place d'un marché. Par ailleurs seul Estavayer-le-Lac, parmi toutes les communes avoisinant Cudrefin, organise un marché aux fleurs. De plus, ce n'est pas vraiment un marché aux fleurs puisqu'il s'intitule Festival des Roses et met donc en scène uniquement la rose. A noter que les dates des deux événements ne sont pas proches puisqu'Estavayer organise son festival au début du mois de juin 2015. (Loetscher, 2014)

La mise en place d'un marché d'été répondrait à la demande grandissante d'authenticité. Par cet événement qui mêlerait produit locaux, indigènes, touristes et traditions, Cudrefin offrirait « une vitrine sur sa culture, son patrimoine, son histoire » (Laliberté, 2005).

Les risques et les limites

Il est évident que le succès d'un tel événement dépend fortement de la participation des commerçants. D'après le syndicat de Cudrefin, beaucoup d'agriculteurs cudrefinois participent déjà à des marchés sur le canton de Neuchâtel. (B. Baumann, CP, 17 novembre 2014). C'est pourquoi un marché aux fleurs a été préféré à un marché traditionnel de produits frais.

Toutefois, lors du lancement d'un événement, sa notoriété est faible, la commune devrait donc, quoi qu'il en soit, rechercher des personnes motivées. C'est pourquoi deux fleuristes ont été contactés dans le cadre de ce travail pour vérifier leur engouement face à l'événement. Tous deux ont répondu positivement. En effet, pour Josianne Chautems, directrice de Chautems fleurs à Lugnorre, l'événement est réalisable car il se concentre sur trois jours de suite. S'il s'agissait de plusieurs samedis étalés sur la haute saison, il aurait été difficile pour elle d'y prendre part. Elle précise qu'elle réaliserait volontiers des bouquets et des décorations florales. (J. Chautems, directrice Chautems Fleurs, communication personnelle, 5 décembre 2014). Marianne Fontanellaz, co-responsable de Fontanellaz Fleurs à Cudrefin, affirme sa motivation pour participer à cet événement. Elle précise toutefois qu'il serait judicieux de mettre en place l'événement le plus tôt possible dans l'année car la période idéale pour ses fleurs sont le mois de mai. Selon elle il serait donc préférable d'organiser ce marché en début juillet. (M. Fontanellaz, co-directrice Fontanellaz Fleurs, communication personnelle, 5 décembre 2014) A noter que si le marché venait à attirer un public nombreux, il se peut que sur le long terme la commune puisse avoir le privilège de choisir les exposants qui seront présent sur le marché. Par ailleurs, la météo a un énorme impact sur le succès du marché puisque ce dernier se situerait en extérieur. Finalement le succès d'un événement dépend beaucoup de sa promotion. Si la commune ne communiquait pas suffisamment autour de l'événement, il est probable que son succès en pâtirait.

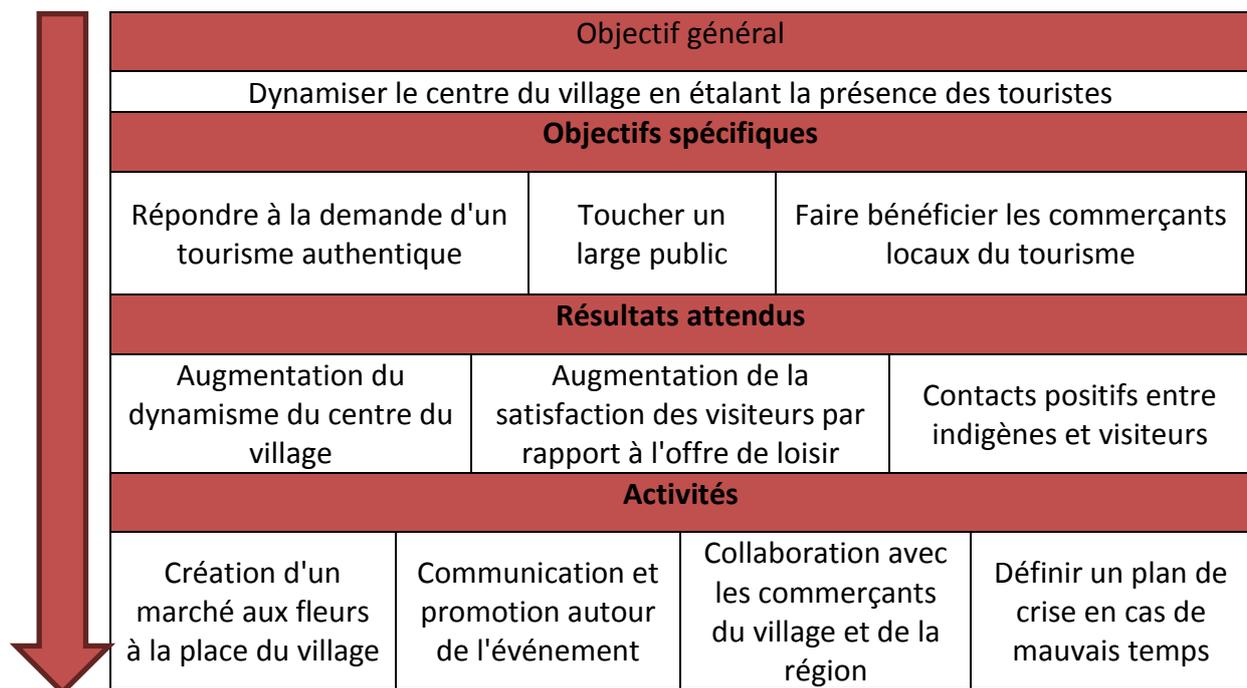
Les coûts

Le coût financier d'un tel événement pour la commune est minime. Toutefois le coût temporel est significatif. En effet, la commune doit se préparer à accorder du temps à l'organisation et la promotion d'un marché aux fleurs. En effet, l'exécutif de la commune devra promouvoir l'événement auprès des commerçants afin de pousser ces derniers à tenir un stand. Il faut aussi réfléchir au plan du marché afin de créer une suite logique des produits présentés. L'événement devra également être promu auprès du public cible. Finalement, du temps devra être consacré afin d'établir des rapports post événement qui permettront de définir l'impact du marché. La rentabilité n'est pas le but visé. Ce marché

servirait, avant tout, à dynamiser l'endroit et favoriser le contact entre les touristes et les indigènes.

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet, il peut être utile pour faciliter la mise en place de l'offre. Ce tableau présente également les points positifs de la mise en place d'un marché aux fleurs au centre du village.

Tableau 6: Cadre logique de la mise en place d'un marché aux fleurs



Source : Tableau de l'auteur

6.3.5 Location partagée de canoë kayak et paddle

Le concept de cette activité consiste à créer un système de location de canoë-kayak et paddle board partagé avec les communes de la rive sud du lac de Neuchâtel. Ainsi les clients peuvent par exemple emprunter un canoë à Estavayer et le rendre à Cudrefin sans se soucier du rapatriement de ce dernier au lieu respectif de la location.

Le lieu de location à Cudrefin

Après discussion avec la municipalité, ces derniers pensent qu'il pourrait être possible d'utiliser l'actuel bureau du garde-port comme centre de location. En effet, ce dernier se

situé dans la capitainerie de Cudrefin qui doit être rénovée d'ici fin 2015. D'après eux, le garde port n'utilise pas vraiment ces locaux et ainsi un espace disponible pour un centre de location serait envisageable. (Municipalité de Cudrefin, CP, 17 novembre 2014)

Une autre solution serait de baser le centre de location au camping communal de Cudrefin pour rapprocher hébergement et location. C'est notamment le cas au camping d'Yvonand, où Jacques Blanc, propriétaire du Surf Center VD8, tient son centre de location. (Blanc, 2014) La location est donc dirigée par un privé mais à l'intérieur du camping, ainsi les deux entités sont gagnantes, tout comme les touristes. Cette notion de rapprochement entre hébergement et location est d'autant plus importante que l'offre exposée ici proposerait des locations en aller-simple. Ainsi il y aurait certainement une demande pour allier hébergement et transport en canoë-kayak ou paddle. C'est notamment dans cette direction qu'il faudrait présenter l'offre si le circuit aspire à un balisage de Suisse Mobile. En effet, « un des rôles de SuisseMobile consiste à relier les itinéraires à une offre diversifiée de prestations de services. Ainsi, environ 1 200 lieux d'hébergement et terrains de camping affichent maintenant le label SuisseMobile, qui implique des services particuliers pour mieux répondre aux besoins des usagers du réseau » (Barry, 2009)

Finalement le comité de la Société Nautique de Cudrefin va être restructuré. Le futur président, Richard Emmenegger, indique que l'entier des prestations va être repensé. Il souhaite développer l'offre avec notamment des locations de paddle et des cours de wakeboard. La société est intéressée par le concept présenté ici et pourrait ainsi s'occuper de le mettre en place. (R. Emmenegger, membre de la Société Nautique de Cudrefin, communication personnelle, 2 décembre 2014)

L'objectif

Cette offre serait unique sur la rive sud de lac de Neuchâtel. Elle est adaptée à la vision touristique et pousserait les communes de la région de Cudrefin à collaborer et ainsi améliorer la cohérence de l'offre de loisirs.

Hormis la location partagée, cette offre répond également à la demande des touristes. Les questionnaires distribués avaient mis en évidence l'importance de la demande pour la diversification des activités aquatiques. 34% des interrogés avaient envie de pouvoir louer

des pédalos ou bénéficié de cours de spots aquatiques à Cudrefin (cf. Annexe VI). Les touristes et excursionnistes auraient ainsi plus d'activités à choix. (Données récoltées par l'auteur, sondage 2014)

Le tourisme d'aventure

Le tourisme d'aventure se définit comme :

Une activité de plein air ou combinaison d'activités se déroulant dans un milieu naturel particulier [...] l'activité implique nécessairement un niveau de risque, lequel peut varier selon l'environnement [...] ou selon la nature des activités et des moyens de transport impliqués. (Barry, 2007a)

L'offre correspond à cette forme de tourisme. Le tourisme d'aventure voit ses parts de marchés augmenter. En effet, aujourd'hui ce ne sont plus uniquement les grands aventuriers qui profitent de ce genre d'activité, mais tout type de touriste étant affilié au « tourisme de plein air, d'aventure, d'écotourisme ou encore au tourisme de nature » (Barry, 2007b)

Sécurité, météo et responsabilité du loueur

La météo joue un rôle capital dans la sécurité et le succès de ce genre d'activité. En effet, si les conditions météorologiques ne sont pas bonnes il serait insensé de la part du loueur de laisser partir des gens en canoë-kayak ou paddle sur des eaux déchaînées. Afin de quantifier les dangers liés à la météo, Météo Suisse a été contacté pour obtenir des informations météorologiques précises sur la région de Cudrefin. Des statistiques de 2010 à 2014 ont été fournies par le portail IDAweb de Météo Suisse, réservé aux étudiants en cours de formation.

Il en ressort que les rafales maximales durant l'année se concentre principalement autour des mois de juin et juillet. Les précipitations sont généralement faibles durant la haute saison, soit de juillet à fin août. Les mois d'août 2010 et les mois de juillet et août 2014 ont toutefois fait exception. Les jours d'orage proche, soit à moins de trois kilomètre du radar, pour les mois de juillet et août sont très faibles. En effet, en 2010, seuls trois jours en juillet ont été classés ainsi. En 2012 ce sont quatre jours en juillet et deux jours en août qui ont vu

des orages proches. Pour 2013, les chiffres restent similaires puisqu'il y a eu trois jours en juillet et quatre jours en août. Finalement pour 2014, deux jours en juillet et deux jours en août ont vu apparaître des orages proches de Cudrefin. (Confédération Suisse, 2014)

La menace météorologique est donc relativement faible, ce sont surtout les rafales qui sont à prendre en considération avant de laisser voguer des personnes sur le lac. Le Joran, vent du nord-ouest qui souffle sur le lac de Neuchâtel est également à prendre en compte. Il pousse tout objet flottant contre la rive sud du Lac. (Confédération Suisse, 2014)

Après discussion avec Philippe Butty, (P. Butty, propriétaire de l'entreprise Alphasurf à Estavayer-le-Lac, communication personnelle, 2 décembre 2014) et Monsieur Etienne Languetin (E. Languetin, professeur à la HES-SO Valais, expert en tourisme de sport, communication personnelle, 27 novembre 2014), certains dispositifs pour éviter tout danger ont été imaginés. Le risque de tomber de son embarcation est moindre pour le canoë, en revanche pour le paddle board, le risque est conséquent. Ainsi il serait judicieux que chaque planche et canoë-kayak possèdent une attache lâche reliant le loueur à son embarcation. Cette attache se nomme *leash*. (E. Languetin, CP, 27 novembre 2014)

Figure 4: Illustration du leash sur le stand up paddle



Source : (Boardridersguide.com, 2014)

Le centre de location pourrait distribuer un petit sac en plastique hermétique dans lequel le locataire pourrait y glisser son téléphone portable afin de garantir la fonctionnalité de ce dernier en cas de danger. Ainsi si le locataire venait à se perdre ou s'il lui arrivait quoi que ce soit, il pourrait contacter le numéro d'urgence de la station de location la plus proche. Afin de compléter ce système de sécurité, un petit bateau à moteur devrait rester toujours proche de la station de location afin de pouvoir agir rapidement si un accident venait à se produire. Naturellement, le port du gilet de sauvetage serait obligatoire et le client devrait attester par sa signature ses compétences de nageur. (P. Butty, CP, 2 décembre 2014)

Avant d'embarquer, chaque client se verra dans l'obligation de signer une décharge afin de déresponsabiliser le loueur en cas de non-respect des consignes de sécurité. Il faudra naturellement que les gens aient, au préalable, accès aux consignes de sécurité et qu'ils reçoivent notamment un briefing de sécurité par le responsable du centre de location. (E. Languetin, CP, 27 novembre 2014)

Le sens unique

Puisque le but de cette offre est aussi de pousser les gens à se déplacer par étapes le long de la rive sud du lac de Neuchâtel en canoë-kayak, il faut penser aux objets qu'ils sont supposés transporter avec eux. En effet, le concept est faussé si les gens sont obligés de revenir au point de départ pour des questions pratiques. Ainsi les canoë-kayak et paddle pourrait posséder un filet dans lequel les gens y glisseraient leurs affaires emballées dans un sac étanche ou plus simple encore, un baril (35-60 litres) étanche pourrait être rattaché aux embarcations et les gens pourraient y mettre leurs affaires. (E. Languetin, CP, 27 novembre 2014)

Rééquilibrage des stations de locations

Comme pour les stations de vélos en libre-service, le rééquilibrage des stations de location de canoë-kayak et paddle demande du travail. Ainsi il est difficile de donner précisément une méthode de fonctionnement. D'après Madame Susana Limao, cheffe de produit chez Publibike®, le rééquilibrage demande de l'expérience. En effet, il faut toujours une période d'observation au début de la mise en place de l'offre pour cerner les habitudes des utilisateurs. Pour les stations Publibike®, il y a un vélopasseur qui s'occupe du rééquilibrage quotidiennement. Toutefois, certains algorithmes sont également établis afin de définir sur le long terme la gestion du rééquilibrage des stations. (S. Limao, CP, 25 novembre 2014)

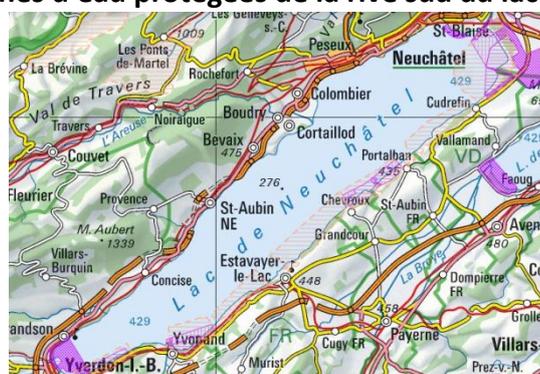
La gestion des centres de location de canoë-kayak et paddle pourrait se faire sur la même base que les stations de vélos Publibike®, voire par la même personne. Une personne par centre de location s'occuperait quotidiennement de restituer les canoë-kayak et paddle qui n'appartiennent pas au centre pour lequel il travaille. Il est fort probable que certains centres demandent plus de rééquilibrage que d'autres, toutefois cela pourra être défini sur

le long terme avec l'observation des comportements des utilisateurs. La fréquence du rééquilibrage pourra également être définie par observation. Ainsi en fonction de la période de l'année il sera possible de savoir à quel moment il faudra restituer les équipements de manière quotidienne ou non.

Législation relative à la navigation

La législation suisse sur la navigation régie par l' « Ordonnance sur la navigation dans les eaux suisses » (Ordonnance sur la navigation intérieure, ONI) fournit très peu d'indications relatives aux *bateaux à pagaie*, sous-catégorie des *bateaux à rames*. L'ordonnance ne fournit aucune recommandation sur la distance à respecter par rapport au rivage. (Conseil fédéral suisse, 2014) En revanche, le « Manuel didactique Naviguez dans les eaux suisses », rédigé par l'Association des services de la navigation recommande par défaut pour les canoë-kayak et paddle de naviguer uniquement dans la zone riveraine. Ainsi ces embarcations n'ont pas le droit de s'éloigner à plus de 300 mètres du bord. (2013, p. 172) Le canton de Vaud annonce l'interdiction de naviguer au sein de la réserve de la Grande Cariçaie. L'Association de la Grande Cariçaie prévient : « Des bouées jaunes standard, comme celles équipant par exemple les abords de plage, ont été mises en place pour signaler les limites de ces refuges » (Association de la Grande Cariçaie, 2014). Il semblerait donc qu'hormis les réglementations liées à l'embarcation elle-même ou les prescriptions relatives à la réserve naturelle, la navigation des canoë-kayak et paddle reste assez libre. Toutefois, les eaux de la rive sud du lac de Neuchâtel sont classées Sites Marécageux. Sur la figure 5, les sites marécageux sont représentés par la saturation orange de la zone. Les zones protégées de la Grande Cariçaie, sont identifiées par la couleur violette.

Figure 5: Zones d'eau protégées de la rive sud du lac de Neuchâtel



Source : (Confédération Suisse, 2014)

La réglementation de cette zone ne stipule pas que la navigation est interdite. Elle pose des objectifs de préservation et indique que toute activité doit respecter ces buts. (cf. Annexe XXI) Toutefois, c'est le canton qui a le dernier mot sur les sites marécageux à l'intérieur de son territoire. (Conseil Fédéral Suisse, 2014a). Ainsi la commune devrait prendre contact avec le canton de Vaud pour définir si la navigation en canoë-kayak ou paddle serait autorisée. C'est d'ailleurs le canton qui devra veiller à ce que « l'exploitation à des fins touristiques et récréatives soient en accord avec les buts visés par la protection. » (Conseil Fédéral Suisse, 2014b, p. 3)

Législations relative à la responsabilité du loueur de canoë-kayak/paddle

Il existe une base légale sur les activités à risque édictée par l'Office fédéral du sport nommée *Loi fédérale sur les guides de montagne et les organisateurs d'autres activités à risque*. Cette dernière est entrée en vigueur le premier janvier 2014. C'est le canton qui est chargé de faire appliquer la loi. Cette loi « règle les activités de guide de montagne et de professeur de ski ainsi que les activités de plein air proposées à titre professionnel telles que le canyoning, le rafting et le saut à l'élastique » (Office fédéral du sport OFSPO, 2014). L'article 1b de la Section 1 des dispositions générales affirme que la loi s'applique à tout sport dont « la pratique [...] exige des connaissances ou des mesures de sécurité particulières » (Assemblée fédérale de la Confédération suisse, 2014a, p. 441). Ainsi quiconque propose ce genre d'activité se doit d'être en possession d'une autorisation. L'autorisation est délivrée notamment si toutes les conditions de sécurité sont respectées. Pour le sport tel que celui présenté dans ce chapitre, la validité de l'autorisation est de deux ans. Si une autorisation est délivrée au loueur, ce dernier se doit de contracter une assurance responsabilité civile professionnelle adaptée à l'étendue des risques. (Assemblée fédérale de Confédération suisse, 2014b)

Balisage des routes : SuisseMobile

Monsieur Christian Friker, de la Fondation SuisseMobile a expliqué comment fonctionnait le balisage d'une route de canoë par SuisseMobile. Tout d'abord, SuisseMobile ne balise pas spécifiquement les routes. En effet, la fondation n'appose normalement aucun panneau sur les routes en elles-mêmes. Ce sont les panneaux de signalisation des eaux officiels que les utilisateurs doivent suivre. SuisseMobile va uniquement se charger de mettre en place un

panneau au départ de la route, là où les gens embarque sur leur canoë et un à la fin, où ils débarquent. Ces panneaux fournissent des informations sur les étapes de la route, la nature, la navigation, les curiosités et autres. SuisseMobile ne développe pas activement des offres canoë-kayak. En effet, la fondation s'occupe principalement de mettre en avant les offres commerciales existantes. Si la rive sud du lac de Neuchâtel souhaite apparaître sur les supports de SuisseMobile, il faudra d'abord que l'offre soit établie et prouve son succès et donc sa durabilité. (C. Friker, directeur de projet chez la Fondation SuisseMobile, communication personnelle, 8 décembre 2014)

Technologie

D'après les dernières statistiques, en Suisse, 93% des ménages possèdent au moins un téléphone mobile. Seuls 6,9 ménages sur 100 n'en possèdent pas. (Office fédéral de la statistique, 2014) La part potentielle de touriste à Cudrefin possédant un téléphone portable est donc très élevée. La nature et la technologie se marient de plus en plus pour répondre à la demande de participation des touristes. (Domergue, 2014c) Ainsi pour répondre à la demande tout en augmentant la sécurité, une application téléchargeable sur smartphone pourrait être créée. Cette dernière pourrait contenir une cartographie du lac ainsi que le tracé du chemin prévu pour les canoë-kayak et paddle le long de la rive. A l'aide de l'activation des données de localisation de l'appareil, ce dernier pourrait avertir la personne si elle s'éloigne de la route à suivre avec une alerte sonore par exemple.

Si une collaboration avec SuisseMobile se concrétisait, alors la création de cette application serait encore plus simple puisque SuisseMobile en possède déjà une. Ainsi il suffirait d'adapter et d'étoffer l'application existante pour la faire correspondre avec le projet de la rive sud du lac de Neuchâtel. En effet, l'application Suisse Mobile présente tous les itinéraires balisés et utilise également la géolocalisation. De plus cette application est gratuite. (SuisseMobile, 2014)

Finalement, si l'application le permettait, elle pourrait délivrer des informations sur l'environnement de la rive sud du lac. Autrement dit sur la faune et la flore du rivage. En effet, « en établissant des connexions entre ce qu'ils apprennent et ce qu'ils voient ou vivent directement sur le territoire, ils se retrouvent sensibilisés, conscientisés et peuvent développer des comportements plus responsables. » (Domergue, 2014d)

Prolongation de l'offre

Si la commune de Cudrefin venait à proposer à ses touristes les différentes offres de loisir exposées dans ce travail, Publibike® pourrait être combiné à la location de canoë-kayak et paddle. En effet, les touristes pourraient par exemple louer un kayak de Cudrefin à Estavayer et poursuivre à Estavayer avec un vélo d'une station Pubibike jusqu'à Yverdon ou inversement. Ainsi si les conditions météorologiques ne permettent pas d'embarquer sur un engin nautique, la solution du vélo est toujours envisageable. De plus, une réelle cohérence de l'offre sur toute la rive sud serait créée. Les gens pourraient se diriger avec l'application Suisse Mobile pour plus de sécurité et pour connaître toutes les offres d'hébergement et d'activités le long de leur parcours. (SuisseMobile, 2014)

Limites

Une discussion avec les communes partenaires est indispensable pour vérifier l'engouement et l'intérêt de ces dernières pour un tel projet. En effet, la clé du succès de cette offre réside dans la gestion efficace et donc la coordination optimale des différents centres de location. Une communication claire doit être établie, en particulier si le projet se développe en partenariat avec des prestataires privés et multiples.

Cette offre mérite d'être étudiée à travers une analyse d'exploitation. Les sujets abordés doivent tous être approfondis et précisés. D'autres doivent faire leurs apparitions telles que l'analyse financière du projet. Des discussions concrètes doivent être entreprises avec SuisseMobile afin de définir les possibilités et les limites de cette idée.

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet, il peut être utile pour faciliter la mise en place de l'offre. Ce tableau présente également les points positifs de la mise en place d'un système de location partagée au sein de la région touristique de Cudrefin.

Tableau 7: Cadre logique d'un système de location partagée de canoë-kayak/paddle

Objectif général			
Créer une cohérence de l'offre de loisir au sein de la région touristique de Cudrefin			
Objectifs spécifiques			
Adapter l'offre à la vision des touristes	Développer les activités nautiques pour être en accord avec la demande	Répondre à la demande de tourisme d'aventure/nature	
Résultats attendus			
Augmentation de la cohérence de l'offre de loisirs nautiques	Augmentation de la satisfaction des visiteurs par rapport à l'offre de loisirs	Utilisation par un large public	
Activités			
Installation d'un système de location partagée de canoë-kayak/paddle	Communication et promotion autour de l'offre	Collaboration avec les communes, prestataires, partenaires et Suisse Mobile	Unifier les procédures de sécurité au sein du système de location partagée

6.3.6 Parc aquatique gonflable sur l'eau

Cette offre consiste à installer un jeu aquatique gonflable sur l'eau dans la zone baigneurs de la plage communale de Cudrefin. Le lieu de l'installation se situerait près du jet d'eau, à l'endroit où la profondeur varie entre deux mètres et demi et trois mètres. Cette structure est maintenue par des poids qui sont déposés au fond du lac. Le parc est ouvert de juillet à fin août, lors de la haute saison et des vacances scolaires suisses. Cette offre est non-payante et principalement destinée aux enfants ou aux jeunes. Un maître-nageur gère la surveillance de la plateforme gonflable.

Figure 6: Exemple de jeu aquatique gonflable

Source : (Hellopro.fr, 2014)

L'objectif

Cudrefin ne propose à ses visiteurs presque aucune activité nautique. Les seuls loisirs possibles sur l'eau sont une balade en bateau de la SNLNM ou un cours de voile à la Société Nautique de Cudrefin. Ceci en tenant compte de l'importance de la demande en matière de loisirs liés à l'eau (cf. Annexe VI). Cette offre répond non-seulement à la demande des visiteurs, mais dynamise également le lieu en y proposant quelque chose de moderne et peu connu. En effet, installer un parcours gonflable sur l'eau du lac de Neuchâtel serait une première. Les communes des rives du lac proposent bon nombre d'activités nautique mais aucune ne possède de jeu gonflable.

Par ailleurs, cette offre suit la tendance du tourisme durable. En effet, cette installation est temporaire, elle flotte sur l'eau, aucune construction en dure est nécessaire. La structure n'abîme donc en rien le paysage sur le long terme. La faune et la flore du lac ne souffre pas davantage avec cette offre puisque'elle serait placée dans la zone baigneur qui est de toute façon fréquentée par les baigneurs en haute saison.

Rentabilité

Pour attirer un maximum de personnes, gérer et rentabiliser au mieux cette installation un concept d'exploitation détaillé devrait être créé. Deux pistes d'utilisations accessoires du jeu sont présentées ci-après.

L'offre pourrait intéresser les entreprises créatrices de team-building. En effet, Antony Moreau, propriétaire de l'entreprise Thétys®, spécialisée dans les jeux aquatiques gonflables, annonce que ce sont les événements organisés autour de ces plateformes qui lui rapportent 95% de son chiffre d'affaire. (Acteurs du tourisme durable, 2014) Ainsi certaines entreprises créatrices d'événement pourraient choisir Cudrefin comme hôte. A savoir que si la plateforme est réservée uniquement pour un groupe de personne, le service sera naturellement payant. De plus, quelques ouvertures payantes nocturnes exceptionnelles pourraient avoir lieu afin d'attirer un public différent. Le concept des sorties nocturnes est déjà bien connu. Il existe, en effet, des pistes de ski nocturne ou des via ferrata illuminées durant la nuit. (Facebook, 2014) Pourquoi ne pas adapter le concept au lac et créer un événement nocturne à la plage de Cudrefin ?

La législation

Monsieur Pascal Rapin, chef de secteur du département du territoire et de l'environnement à Payerne, a été contacté afin de préciser les autorisations à obtenir pour mettre en place un jeu aquatique gonflable dans la zone baigneur de la plage de Cudrefin. Il indique que dans le canton de Vaud, les cours d'eau et les lacs font partie du domaine public cantonal des eaux. Toute intervention dans les lacs et sur leurs grèves, dans les cours d'eau, sur leurs rives et dans l'espace cours d'eau sont soumises à autorisation du département. L'installation d'un jeu aquatique gonflable devrait donc être soumise à enquête publique, comme pour une construction traditionnelle. Dans le cadre de cette procédure, les différents services, notamment la Police du lac, devront être consultés. Il faut prévoir une durée totale de 6 mois entre la réception du dossier et l'envoi du permis de construire. L'installation devra en outre répondre à toutes les normes de sécurité. La profondeur de l'eau devra donc être suffisante pour éviter toute blessure lors des saut et plongeurs. (P. Rapin, chef de secteur du département du territoire et de l'environnement à Payerne, communication personnelle, 3 décembre 2014)

Une fois l'installation autorisée, elle fera l'objet d'un avenant à la concession de zone de bain au bénéfice de la commune (droit d'utilisation). Cette dernière devra garantir en tout temps la sécurité et l'entretien de cet ouvrage. Elle sera également responsable, à l'entière décharge de l'État de Vaud, de tout dommage ou inconvénient dont cette infrastructure pourrait être l'objet ou la cause. (P. Rapin, CP, 3 décembre 2014)

Pour la mise en place de cette offre, il faudra donc compter divers coûts. Il y a la procédure de mise à l'enquête qui comprend le plan de géomètre ainsi que les autorisations, de l'ordre de Fr. 1'000.- à Fr. 1'500.-. L'établissement de l'autorisation coûte Fr. 75.-. A cela s'ajoute une finance annuelle s'élevant à Fr. 8.- francs par mètre carré de surface de l'installation. (P. Rapin, CP, 3 décembre 2014)

Les risques et les limites

Les risques sont principalement liés à la météo. Si le jeu est exposé durablement à des conditions météorologiques défavorables, il risque de s'abîmer. De plus, les assurances ne sont pas friandes de ce genre d'installation. Comme il s'agit de quelque chose de nouveau

placé en milieu naturel, rare sont les assureurs qui couvrent ce genre de produit. (Acteurs du tourisme durable, 2014) La participation des gens dépend grandement d'une météo clémente. Toutefois, les statistiques météorologiques obtenues sur la région de Cudrefin semblent indiquer que les étés sont paisibles. En effet, comme vu précédemment pour les canoë-kayak et paddle, rare sont les jours de couvertures nuageuses totales durant les mois de juillet et août, 2014 a toutefois fait exception (27 jours en juillet, 16 en août). Les températures sont aussi souvent agréables en juillet et août puisqu'il y a en général 3 à 6 jours par mois avec des températures supérieures à 25 degrés. La grêle qui est un facteur dangereux pour l'offre, est également très rare durant les mois concernés par l'offre. En effet, il y a entre zéro à un jour de grêle. Ce chiffre est basé sur des statistiques de 1980 à 2014. Durant la haute saison, les jours de pluie où les précipitations sont supérieures à 100 millimètres se montent à 0. En revanche il y a, en moyenne, 14 jours de pluie avec des précipitations supérieures à 0,3 millimètres. Il y a généralement zéro à deux jours avec vitesses de vent supérieures à 75 kilomètres par heure, durant les mois de juillet et août depuis 2010. (Confédération Suisse, 2014)

L'entreprise Thétys®

Le leader sur le marché des jeux aquatiques gonflables est l'entreprise Wibit, basée en Allemagne. A elle seule, elle produit et distribue 80% des plateformes. (Acteurs du tourisme durable, 2014) Afin de réduire les frais de livraison, une entreprise française, partenaire de Wibit a été contactée : Thétys® (<http://Thétys.net/>). Son propriétaire, Antony Moreau, a assuré qu'il fournissait également la Suisse et qu'il avait d'ailleurs organisé une animation à Carouge. Ce dernier recommande à la commune de choisir la location pour un premier test. En effet, comme il est judicieux de vérifier si le public est réceptif, la commune devrait opter pour la location avant de s'engager à l'achat définitif. (A. Moreau, directeur de l'entreprise Thétys®, communication personnelle, 20 novembre 2014)

La démarche et les coûts

L'entreprise Thétys® s'occupe de l'acheminement du matériel. Le personnel sur place livre la plateforme et aide au montage et à la mise en place de la structure. Lorsque la saison est terminée, la commune doit s'occuper de ramener la structure vers le bord, la dégonfler

et l'étaler pour qu'elle soit prête à sécher. L'entreprise Thétys® vient récupérer le matériel et s'occupe de tout le reste. (A. Moreau, CP, 20 novembre 2014)

Afin de connaître plus précisément les prix de location de ce genre de jeux, un devis a été demandé. Deux offres pour deux stations de tailles différentes ont été transmises par Antony Moreau. Les coûts détaillés de location des deux stations peuvent être consulté en Annexe XXIII. Les deux jeux correspondent aux produits *Aquastation 10* et *Aquastation 20* :

- Aquastation 10, Fr. 13'237.50 : plateforme d'environ 60 mètres carrés, composée de cinq modules de jeu et pèse 254 kilogrammes. Elle doit être placée sur le lac à un endroit où la profondeur est de minimum 2 mètres. (Thétys, 2014) Une illustration de la structure est visible en Annexe XXII.
- Aquastation 20, Fr. 16'498.- : plateforme d'environ 140 mètres carrés, composée de six modules de jeu et pèse 346 kilogrammes. Elle doit être placée sur le lac à un endroit où la profondeur est de minimum 2 mètres. (Thétys, 2014) Une illustration de la structure est visible en Annexe XXII.

Ces coûts comprennent uniquement la location, la livraison, les frais de douane et la TVA. L'entreprise Thétys® oblige le locataire à engager un maître-nageur pour la surveillance de sa plateforme de jeu. Elle demande également au locataire un système de surveillance de nuit pour éviter tout vol ou dommage. Il faut donc ajouter au montant de location, le salaire d'un maître-nageur ainsi que le salaire de deux agents de sécurité actifs de nuit pour surveiller la plateforme. D'après la boursière communale Brigitte Burri, un maître-nageur à Cudrefin serait payé entre 25.- et 30.- francs de l'heure. (B. Burri, CP, 4 décembre 2014) Les agents de sécurité travaillent toujours par deux. D'après B. Burri il faudrait compter un salaire à Fr. 49.40 par heure pour le premier agent et un salaire à Fr. 47.40 par heure pour le second. La commune engage déjà des agents de sécurité actifs de nuit pour surveiller son camping. (B. Burri, CP, 4 décembre 2014) Sur cette base, il peut être imaginé que la même entreprise soit utilisée pour surveiller la plateforme de jeu.

Ci-dessous, un cadre logique est présenté afin d'avoir une vision optimale de la mise en place de cette offre. Il présente certains facteurs de la gestion du projet, il peut être utile

pour faciliter la mise en place de l'offre. Ce tableau présente également les points positifs de la mise en place d'un jeu gonflable aquatique à Cudrefin.

Tableau 8: Cadre logique pour l'installation d'un jeu aquatique gonflable



Objectif général			
Dynamiser le plan d'eau de Cudrefin et répondre à la demande en matière d'activités nautiques			
Objectifs spécifiques			
Minimiser les impacts sur l'environnement	Augmenter la visibilité de Cudrefin	Créer une offre destinée aux visiteurs et aux indigènes	
Résultats attendus			
Couverture médiatique régionale pour l'installation de ce jeu	Augmentation de la satisfaction des visiteurs par rapport à l'offre de loisirs	Utilisation partagée entre les indigènes et les visiteurs	
Activités			
Installation d'un jeu gonflable sur l'eau	Communication et promotion autour de l'offre	Obtenir l'autorisation de l'état de Vaud pour l'installation et assurer le jeu	Prévoir un plan de gestion de crise en cas de tempête

Source : Tableau de l'auteur

6.4 Création d'un office du tourisme

A l'heure qu'il est, Cudrefin ne possède pas d'office du tourisme clairement établi. Le village comprend un bureau du tourisme qui s'occupe principalement de l'administration relative aux résidences secondaires et au port ainsi que la réception du camping qui fournit volontiers des informations aux touristes. C'est d'ailleurs dans ce lieu que tous les prospectus ou flyers relatifs aux activités de la région sont distribués. (B. Burri, CP, 18 novembre 2014) Ainsi aucun bureau ne s'occupe de mettre en valeur le village et la région, de fournir des informations aux intéressés et de développer des produits touristiques. Si Cudrefin souhaite développer sa popularité touristique, il est indispensable que l'exécutif de la commune décide de l'implémentation d'un bureau de ce type. Toutefois, la commune est actuellement en discussion avec l'office régional d'Estavayer-Payerne Tourisme pour une

collaboration future. Si cette collaboration devenait effective, la mise en place d'un office du tourisme pourrait être remise en cause. En effet, il serait contre-productif de créer un office du tourisme au sens propre du terme si Cudrefin faisait partie d'Estavayer-Payerne Tourisme. Puisque l'organisme assure la partie promotionnelle et la création d'offres, l'office du tourisme de Cudrefin ferait redondance. Ainsi plutôt qu'un office du tourisme, un bureau d'animation et d'information pourrait être mis sur pied. La popularité de Cudrefin peut changer si la commune décide d'améliorer son offre, toutefois la dynamique autour de cette offre reste essentielle au succès de cette dernière. En s'inspirant des tâches des personnes responsables au sein des départements animations d'offices du tourisme quelconques tel que celui de Châtel-St-Denis, il peut être indiqué que les collaborateurs du bureau d'animation et d'information devraient s'occuper de fournir des informations touristiques aux visiteurs, de créer et gérer des animations propres à la commune, de participer aux différents comités d'organisation des manifestations de Cudrefin, d'être en contact avec les médias régionaux et d'aider à la promotion des animations de la région. (M. L'Homme, responsable animations et produits touristiques Office du tourisme de Châtel-St-Denis, communication personnelle, 8 décembre 2014)

Conclusion

L'état du tourisme actuel à Cudrefin est stable, principalement grâce aux touristes loyaux. Peu d'évolutions, tant sur le plan de l'offre que de la demande, ont eu lieu ces dernières années. Ainsi le village stagne à un stade qui pourrait l'amener vers le déclin de sa popularité touristique. Son isolement politique et touristique rend la commune d'autant plus vulnérable face aux autres communes et régions voisines qui s'unissent pour augmenter leurs forces. Toutefois la stratégie touristique désuète de Cudrefin tend à se métamorphoser. En effet, l'exécutif de la commune de Cudrefin prend aujourd'hui conscience de l'importance d'une collaboration avec les partenaires de sa région touristique. Ainsi des discussions relatives à un rattachement de Cudrefin à l'office régional d'Estavayer-Payerne Tourisme sont en cours.

Le premier pas d'une évolution nécessaire pour Cudrefin serait donc d'élargir sa vision du tourisme en s'unissant au reste de sa région. Cette collaboration aura un impact fondamental puisque c'est l'ensemble de la promotion, la visibilité et le développement de produits de la commune qui sera redéfini. Malgré tout, le village ne peut se contenter de laisser l'office régional s'occuper de son avenir. L'exécutif de la commune doit avoir une vision proactive pour que l'offre au sein de son territoire politique soit cohérente avec son territoire touristique défini par la vision du consommateur touristique lui-même. Ainsi il est important que le lieu adapte son offre actuelle pour se mettre à niveau et combler les lacunes de l'offre régionale. Cependant il ne suffit pas de mettre en place une nouveauté et laisser faire le temps. Si le village espère augmenter sa popularité tout comme son attractivité, l'animation et l'information autour de l'offre sont fondamentales. De ce fait, l'exécutif de la commune devrait redéfinir son contact avec les touristes en leur proposant un espace de renseignement clairement établi.

Ce travail propose une analyse de surface de l'état du tourisme ainsi que des améliorations de l'offre de loisirs. Ces dernières suivent les recommandations édictées ci-dessus. Toutefois, chacune de ces propositions nécessite une analyse approfondie et un concept d'exploitation afin de proposer des infrastructures qui seront hautement bénéfiques à la commune, à la région et au consommateur.

Liste des références

Acteurs du tourisme durable. (2014). *Plateformes de jeux sur l'eau: des produits tendances...*

et écolos ? Consulté le 20 novembre, 2014, sur ATD Acteurs du Tourisme Durable:

<http://www.tourisme-durable.org/actualite/tourisme-et-environnement/1816-plateformes-flottantes-gonflables-des-produits-tendances-et-ecolos.html>

Alphasurf. (2014). *Alphasurf*. Récupéré sur Alphasurf: <http://www.alphasurf.ch/fr/>

ASPO. (2014). *La Sauge Cudrefin VD*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Birdlife: ASPO/Birdlife

Suisse: <http://www.birdlife.ch/fr/lasauge>

Assemblée fédérale de Confédération suisse. (2014b). *RO 2013 441-441*. Récupéré sur

Confédération suisse: <http://www.admin.ch/opc/fr/official-compilation/2013/441.pdf>

Assemblée fédérale de la Confédération suisse. (2014a). *RO 2013 441-441*. Consulté le 4

décembre, 2014, sur Confédération suisse: <http://www.admin.ch/opc/fr/official-compilation/2013/441.pdf>

Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Balisage des réserves*. Consulté le 1 décembre,

2014, sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique40>

Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Cartes des réserves de la Grande Cariçaie*. Consulté

le 17 novembre, 2014, sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique326>

Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Règlement VD*. Consulté le 30 octobre, 2014, sur

Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique38>

Association des Services de la Navigation. (2013). *Manuel didactique Naviguez dans les eaux suisses*. Bern: VKS.

Auberge La Sauge. (2014). *Home*. Consulté le 8 décembre, 2014, sur Auberge La Sauge:

<http://www.auberge-lasauge.ch/fr/>

Avenches Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Avenches Tourisme:

<http://www.avenches.ch/fr/page.cfm/brochurestomas>

Avenches Tourisme. (2014). *Gastronomie & Vins*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur

Avenches Tourisme: <http://www.avenches.ch/fr/gastronomievin>

Barry, C. (2007a). *Tourisme d'aventure: de quoi parle-t-on au juste?* Consulté le 1 décembre,

2014, sur Réseau veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2007/09/17/tourisme-d%E2%80%99aventure-de-quoi-parle-t-on-au-juste/>

Barry, C. (2007b). *Tourisme d'aventure: de quoi parle-t-on au juste?* Récupéré sur Réseau

veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2007/09/17/tourisme-d%E2%80%99aventure-de-quoi-parle-t-on-au-juste/>

Barry, C. (2009, mai). *Un exemple de bonne pratique pour le Québec: la Suisse en canoë*.

Consulté le 1 décembre, 2014, sur Réseau veille du tourisme:

<http://veilletourisme.ca/2009/05/01/un-exemple-de-bonne-pratique-pour-le-quebec-la-suisse-en-canoee/>

Blanc, J. (2014). *Contact*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur Surf Center VD8:

<http://www.surfcentervd8.ch/contact.htm>

Boardridersguide.com. (2014). *Sup Leashes*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur

Boardridersguide.com: <http://www.boardridersguide.com/stand-up-paddle-boards-sup/sup-leashes>

Butler, R. W. (1980, janvier 24). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications

for management of resources. *The Canadian Geographer*, pp. 6-12. Récupéré sur

<http://aaronluman.com/articles/CycleOfEvolution.pdf>

CFF. (2014). *L'horaire CFF*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur SBB CFF FFS:

<http://www.cff.ch/horaire.html>

Commune d'Avenches. (2014). *Rapports de gestion*. Consulté le 18 septembre, 2014, sur

Commune d'Avenches: http://www.commune-avenches.ch/documents/gestion2012_final.pdf

Commune de Cudrefin. (2004). Cudrefin. *Cudrefin*. Bienne, Suisse: Weber.

Commune de Cudrefin. (2004). Cudrefin Camping. *Cudrefin Camping le Chablais*. Bienne, Suisse: Weber.

Commune de Cudrefin. (2014). *Accès/Transports*. Consulté le 30 octobre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=16>

Commune de Cudrefin. (2014). *Accueil Camping Communal de Cudrefin*. Consulté le 1 octobre, 2014, sur Camping Communal de Cudrefin: <http://camping-cudrefin.ch/>

Commune de Cudrefin. (2014). *Cudrefin*. Consulté le Septembre 16, 2014, sur Cudrefin: www.cudrefin.ch

Commune de Cudrefin. (2014). *Hébergement*. Consulté le 16 septembre, 2014, sur Cudrefin: www.cudrefin.ch

Commune de Cudrefin. (2014). *Histoire*. Consulté le 21 novembre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=13>

Commune de Cudrefin. (2014). *Loisirs*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=20&L=%2Fproc%2Fself%2Fenviron>

Commune de Cudrefin. (2014). *Ports*. Consulté le 16 septembre, 2014, sur Cudrefin: www.cudrefin.ch

Commune de Cudrefin. (2014). *Situation*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=15>

Commune de Cudrefin. (2014). *Sports*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=19>

Commune de Vully-les-Lacs. (2014). *Commune de Vully-les-Lacs*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur Vully-les-Lacs: http://www.vully-les-lacs.ch/net/Net_vully.asp?NoOFS=5464&Sty=&NumStr=40

Confédération Suisse. (2014). *Cartes de la Suisse*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur geo.admin.ch:

https://map.geo.admin.ch/?X=196257.32&Y=550099.66&zoom=4&lang=fr&topic=ech&bgLayer=ch.swisstopo.pixelkarte-farbe&catalogNodes=532,653&layers=ch.bafu.bundesinventare-vogelreservate,ch.bafu.bundesinventare-moorlandschaften&layers_opacity=0.75,0.75

Confédération Suisse. (2014). *Météo Suisse IDAWEB: Connexion*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur Office fédéral de météorologie et climatologie MétéoSuisse:
<https://gate.meteoswiss.ch/idaweb/login.do>

Confédération suisse. (2014). *Un mois de juillet pourri*. Consulté le 15 octobre, 2014, sur Confédération suisse:
http://www.meteosuisse.admin.ch/web/fr/meteo/actualite_meteo/Un_mois_de_juillet_pourri.html

Conseil fédéral suisse. (2014). *Ordonnance sur la navigation dans les eaux suisses*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur Confédération Suisse:
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19780252/index.html>

Conseil Fédéral Suisse. (2014a). *Législation, protection de la nature: Canton de Vaud: site officiel*. Consulté le 1 décembre, 2014, sur Canton de Vaud:
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19960215/200812010000/451.35.pdf>

Conseil Fédéral Suisse. (2014b). *Législation, protection de la nature: Canton de Vaud: site officiel*. Récupéré sur Canton de Vaud: <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19960215/200812010000/451.35.pdf>

Costa, N. (2008). *Veille et Benchmarking*. Paris: Ellipses.

Domergue, N. (2014a, 14 avril). *L'interprétation dynamique du milieu naturel*. Consulté le 11 novembre, 2014, sur Réseau veille tourisme:
<http://veilletourisme.ca/2014/04/14/bonifier-vos-activites-par-une-interpretation-dynamique-du-milieu-naturel/>

Domergue, N. (2014b, 14 avril). *L'interprétation dynamique du milieu naturel*. Récupéré sur Réseau veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2014/04/14/bonifier-vos-activites-par-une-interpretation-dynamique-du-milieu-naturel/>

Domergue, N. (2014c, 14 avril). *L'interprétation dynamique du milieu naturel*. Récupéré sur Réseau veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2014/04/14/bonifier-vos-activites-par-une-interpretation-dynamique-du-milieu-naturel/>

Domergue, N. (2014d, 14 avril). *L'interprétation dynamique du milieu naturel*. Récupéré sur Réseau veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2014/04/14/bonifier-vos-activites-par-une-interpretation-dynamique-du-milieu-naturel/>

Estavayer Payerne et région. (2014). *Manifestations principales*. Consulté le 18 novembre, 2014, sur Estavayer Payerne et région, l'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/Events-News/Manifestations-principales.html>

Estavayer-le-Lac Payerne et Région. (2014). *Le château de Chenaux*. Consulté le 21 novembre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et Région l'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/culture-patrimoine/Architecture-et-monuments/Le-chateau-de-chenaux.html>

Estavayer-Payerne et Région. (2014). *Brochures*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et Région: L'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/infos-pratiques/Brochures.html>

Estavayer-Payerne tourisme. (2014). *Estavayer-le-Lac en bref*. Consulté le 7 octobre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et région: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/Region/estavayer/estavayer-en-bref.html>

Facebook. (2014). *Beleuchtete Via Ferrata / Via Ferrata illuminée / The Via Ferrata illuminated*. Consulté le 3 décembre, 2014, sur Facebook: <https://www.facebook.com/events/587561861369602/>

Facebook. (2014). *Commune de Cudrefin - officiel*. Consulté le 1 octobre, 2014, sur Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Commune-de-Cudrefin-officiel/508096199318738>

- Gentizon, C. (2011). *Rapport du Fonds de Développement Régional, Comité de gestion: Scéance no 16*. Lully: COREB.
- Google. (2014). *Google*. Consulté le 4 décembre, 2014, sur Google:
https://www.google.ch/?gws_rd=ssl#q=activit%C3%A9s+cudrefin
- Hazebroucq, J.-M. (2007a). Destinations innovantes et développement du tourisme. *Marché et organisations 1/ 2007 (N° 3)*, pp. 117-153.
- Hellopro.fr. (2014). *Jeux gonflables aquatiques*. Consulté le 20 novembre, 2014, sur Helloprof.fr Partenaire de vos achats professionnels: <http://www.hellopro.fr/jeux-gonflables-aquatiques-2012632-fr-1-feuille.html>
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014a). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour construire sa stratégie social media*. Paris: Eyrolles.
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014b). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour construire sa stratégie social media*. Paris: Eyrolles.
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014c). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour constuire sa stratégie social media*. Paris: Eyrolles .
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014d). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour construire sa stratégie social média*. Paris: Eyrolles.
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014e). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour construire sa stratégie social media*. Paris: Eyrolles.
- Hossler, M., Murat, O., & Jouanne, A. (2014f). *Faire du marketing sur les réseaux sociaux: 12 modules pour construire sa stratégie social media*. Paris: Eyrolles.
- in Hazebroucq, J.-M. (2007b). Destinations innovantes et développement du tourisme. *Marché et organisations 1/ 2007 (N° 3)*, pp. 117-153.
- Jura Trois Lacs. (2014). *Bienvenue sur le site officiel de Jura Tourisme*. Consulté le 25 octobre, 2014, sur Jura Trois Lacs Drei-seen-Land: <http://www.juratourisme.ch/fr/accueil.html>

Jura Trois Lacs. (2014). *Hébergements: réservations en ligne*. Récupéré sur Jura Trois Lacs
Drei Seen Land: <http://www.juratroislacs.ch/fr/hebergement.html>

Jura Trois-Lacs. (2014). *Sites Naturels*. Consulté le 17 septembre, 2014, sur Jura Trois Lacs:
<http://www.juratroislacs.ch/fr/decouvertes/sites-naturels.html>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principes de marketing*. Paris: Pearson Education France.

Laliberté, M. (2005, octobre 20). *Les touristes à la recherche d'authenticité, mais que veulent-ils au juste?* Consulté le 11 novembre, 2014, sur Réseau veille tourisme:
<http://veilletourisme.ca/2005/10/20/les-touristes-a-la-recherche-dauthenticite-mais-que-veulent-ils-au-juste/>

Loetscher, A. M. (2014). *Festival des Roses*. Consulté le 4 décembre, 2014, sur Festival des
Roses: <http://www.festivaldesroses.ch/participants>

Lozato-Giotart, J.-P., & Balfet, M. (2007a). *Management du tourisme: Territoires, systèmes de production et stratégies*. Marsat: Pearson Education France.

Lozato-Giotart, J.-P., & Balfet, M. (2007b). *Management du tourisme: Territoire, systèmes de production et stratégies*. Marsat: Pearson Education France.

Lozato-Giotart, J.-P., & Balfet, M. (2007c). *Management du tourisme: Territoires, systèmes de production et stratégies, 2e édition*. Marsat: Pearson Education France.

Morat Tourisme. (2014). *Avenches en bref*. Consulté le 15 octobre, 2014, sur Région lac de
Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/Region/Avenches/Avenches-en-bref.html>

Morat Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Région Lac de Morat:
<http://www.murtentourismus.ch/fr/media/broschueren/broschueren-region-murtensee.html>

Morat Tourisme. (2014). *Marché aux truffes*. Consulté le 18 novembre, 2014, sur Région
Murtensee Lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/nouveautes-evenements/manifestations-principales/marches-aux-truffes-morat.html>

- Morat Tourisme. (2014). *Morat en bref*. Consulté le 15 octobre, 2014, sur Région lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/Region/Morat/morat-en-bref.html>
- Morat Tourisme. (2014). *Remparts de la ville de Morat*. Consulté le 21 novembre, 2014, sur Région Murtensee Lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/Culture-Patrimoine/bataille-de-morat-tableau/remparts-de-la-ville-de-morat.html>
- Morat Tourisme. (2014). *Réservations en ligne*. Récupéré sur Région Lac de Morat Murtensee: <http://www.murtentourismus.ch/fr/hebergement-fr/hotels/hotels-reservation.html>
- Morat Tourisme. (2014). *Restaurants*. Récupéré sur Région Lac de Morat Murtensee: <http://www.murtentourismus.ch/fr/gastronomie-sortir/Restaurants.html#resultset>
- Morat Tourisme. (2014). *Sports, loisirs*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur Région Lac de Morat Murtensee: <http://www.murtentourismus.ch/fr/activites/sports-loisirs.html>
- Morat Tourisme. (2014). *Tourisme, vacances, voyages*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur Région Lac de Morat Murtensee: <http://www.murtentourismus.ch/fr/>
- Morat Tourisme. (2014). *Vully-les-Lacs*. Consulté le octobre 15, 2014, sur Région lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/Region/vully-les-lacs.html>
- Navigation Lacs de Neuchâtel et Morat SA. (2014). *Horaires*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Navig: <http://www.navig.ch/pdfhoraire/horaire14ete.pdf>
- Office du Tourisme du Canton de Vaud. (2014). *Centre nature de la Sauge, Cudrefin*. Consulté le 4 décembre, 2014, sur Vaud Région du Léman: <http://www.region-du-leman.ch/fr/GastronomieVin/Vignes-Vin-Caveaux/cavesouvertes/bonvillars-orbe-vully/activitesannexesbonvillarscotesdelorbevully/Centrenatureaspo>
- Office du Tourisme du canton de Vaud. (2014). *Membres*. Consulté le 3 décembre, 2014, sur Vaud Région du Léman: <http://www.region-du-leman.ch/fr/membres-partenaires/membres-otv>
- Office fédéral de la statistique. (2014). *Statistique suisse*. Consulté le 3 décembre, 2014, sur Confédération Suisse:

http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30103.301.html?open=308#308

Office fédéral du sport OFSPO. (2014). *Activités à risque*. Consulté le 4 décembre, 2014, sur Confédération suisse:

<http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/fr/home/themen/risikoaktivitaeten.html>

Pampana's. (2014). *Presse*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Internation Steelband Festival:

<http://www.festivalsteelband.ch/index.php/fr/presse>

Péloquin, C. (2006). *Les brochures touristiques sont-elles encore efficaces?* Consulté le 27 novembre, 2014, sur Réseau veille du tourisme:

<http://veilletourisme.ca/2006/02/09/les-brochures-touristiques-sont-elles-encore-efficaces/>

Péloquin, C. (2011). *Le choix des communications visuelles dans les publications électroniques et imprimées*. Consulté le 27 novembre, 2014, sur Réseau veille du tourisme: <http://veilletourisme.ca/2011/04/06/le-choix-des-communications-visuelles-dans-les-publications-electroniques-et-imprimees-compte-rendu-de-conference/>

Publi Bike. (2014). *Comment ça marche*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Publi Bike:

<https://www.publibike.ch/fr/comment-ca-marche.html>

Publibike. (2014). *Réseaux*. Récupéré sur Publibike:

<https://www.publibike.ch/fr/stations.html?abold=23>

Racine, A. (2011). *Exemples pratiques pour animer votre page Facebook*. Consulté le 2 décembre, 2014, sur Réseau veille du tourisme:

<http://veilletourisme.ca/2011/11/07/exemples-pratiques-pour-animer-votre-page-facebook-2/>

Schoettl, J.-M. (2003a). *Réaliser un benchmarking: se comparer aux meilleurs pour progresser*. Paris: Insep Consulting.

- Schoettl, J.-M. (2003b). *Réaliser un benchmarking: se comparer aux meilleurs pour progresser*. Paris: Insep Consulting.
- Schoettl, J.-M. (2003c). *Réaliser un benchmarking: se comparer aux meilleurs pour progresser*. Paris: Insep Consulting.
- SuisseMobile. (2014). *Application gratuite de SuisseMobile*. Consulté le 3 décembre, 2014, sur SuisseMobile: <http://www.schweizmobil.ch/fr/gratis-app-schweizmobil.html>
- SuisseMobile. (2014). *Itinéraires recherchés*. Consulté le 11 novembre, 2014, sur Schweiz Mobil - Veloland: <http://www.veloland.ch/fr/itineraires/itineraires-regionaux.html>
- Taché, P. (2014). *Concevoir ou repositionner son offre*. Paris: Eyrolles.
- Thétys. (2014). *Location Thétys 14-15*. Consulté le 5 décembre, 2014, sur Thétys Aqua Event: <http://thetys.net/wp-content/uploads/2014/10/Locations-Th%C3%A9tys-14-15.pdf>
- Vellas, F. (2011). *L'impact indirect du tourisme: une analyse économique*. Paris: Université de Toulouse – TED AFL.
- Vonlanthen, O., & Cosendai, A. (2014). *Balade en char à fondue*. Récupéré sur Balade en char à fondue: <http://www.charafondue.ch/>
- Vully Riviera fribourgeoise. (2014). *Les grottes des Roches Grises "La Lamberta"*. Consulté le 21 novembre, 2014, sur Vully Riviera fribourgeoise: http://www.levully.ch/fr/notre-region/decouverte_fr/grottes.html
- Vully Riviera fribourgeoise. (2014). *Oppidum celte*. Consulté le 21 novembre, 2014, sur Vully Riviera fribourgeoise: http://www.levully.ch/fr/notre-region/decouverte_fr/oppidum-celte.html
- Vully Tourisme. (2005). *Sentier du Vully*.

Annexe I : Plan des zones composant la réserve naturelle de la Grande Cariçaie

Figure 7: Zones composant la réserve naturelle de la Grande Cariçaie

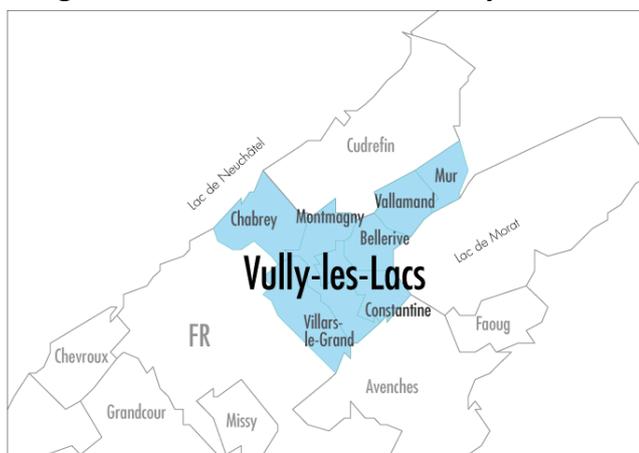


Source : (Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Cartes des réserves de la Grande Cariçaie*. Consulté le 17 novembre, 2014, sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique326>)

Annexe II : Les communes composant Vully-Les-Lacs

Voici une illustration représentant les communes qui étaient distinctes avant la fusion de 2011 qui donna vie à la grande commune de Vully-les-Lacs. Il s'agit des communes de Chabrey, Montmagny, Vallamand, Mur, Bellerive, Constantine et Villars-le-Grand.

Figure 8: Communes formant Vully-les-Lacs

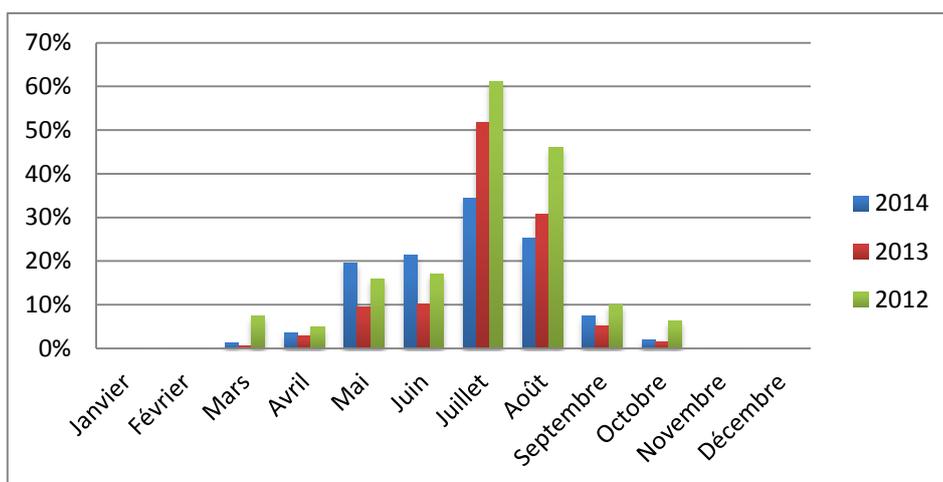


Source : (Canton de Vaud. (2014). *Carte des fusions de communes*. Consulté le 18 septembre, 2014, sur Canton de Vaud: http://www.vd.ch/no_cache/themes/territoire/communes/fusions-de-communes/carte-des-fusions/)

Annexe III : Taux d'occupation par mois des hébergements à Cudrefin

Le camping communal de Cudrefin est ouvert du 15 mars au 31 octobre de chaque année. La zone de passage du camping correspond à 110 lits. Cette zone comprend des emplacements de tente, de camping-car et de caravanes. Ce sont principalement les mois de juillet et août qui sont marqués par l'arrivée des touristes. (B. Burri, CP, 20 novembre 2014)

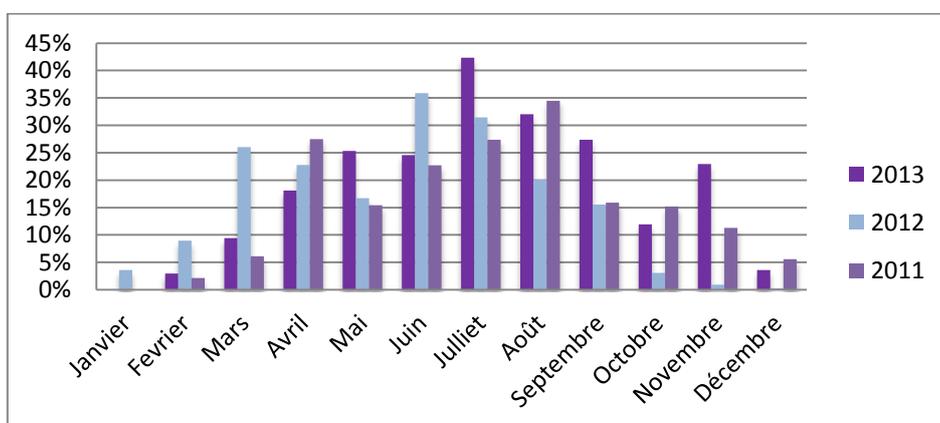
Figure 9: Taux d'occupation par mois de la zone passage du camping de Cudrefin



Source : Graphique de l'auteur d'après (B. Burri, CP, 18 novembre 2014)

L'Auberge de la Sauge compte 42 lits répartis dans 12 chambres. (Auberge La Sauge, 2014)

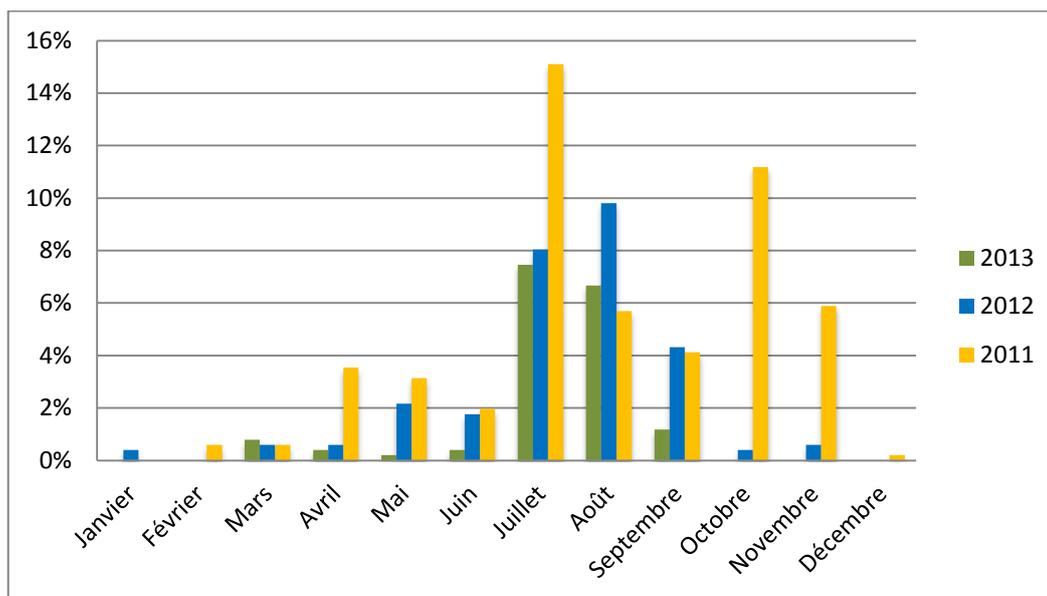
Figure 10: Taux d'occupation par mois de l'Auberge de la Sauge



Source : Graphique de l'auteur d'après (A.-M. Alleman, directrice de l'Auberge de la Sauge, communication personnelle, 18 novembre 2014)

Les fortes variations du taux d'occupation mensuel de l'Hôtel de Ville représentées dans le graphique ci-dessous sont expliquées par la présence de travailleurs de chantier qui logent dans l'établissement. Les touristes, quant à eux, sont présents surtout durant les mois de juillet et août. (B. Storrer, responsable de l'Hôtel de Ville, communication personnelle, 5 décembre 2014)

Figure 11: Taux d'occupation par mois de l'Hôtel de Ville de Cudrefin



Source : Graphique de l'auteur d'après (B. Storrer, CP, 5 décembre 2014)

Annexe IV : Chiffres clés du tourisme de Cudrefin

Tous les montants indiqués en argent (CHF) dans le tableau ci-dessous sont arrondis à la centaine de francs. Le bâtiment de l'Hôtel de Ville est en main publiques puisqu'il appartient à la commune de Cudrefin. Le taux d'occupation mensuel extrêmement bas de l'établissement est expliqué par le fait que ce dernier est vétuste et le confort des chambres, rudimentaire. L'exécutif de la commune de Cudrefin ne place toutefois pas la rénovation des chambres en priorités. En effet, l'investissement étant conséquent, la rénovation complète de l'établissement est envisageable dans 10 ans, soit durant la législature qui démarrera en 2021. (B. Burri, CP, 8 décembre 2014)

Tableau 9: Chiffres clés liés au tourisme de Cudrefin

Personnel travaillant au service du tourisme	10
Nombre de lits touristiques	1583
Nombre de nuitées totales	77'991
Hôtellerie	2'611
Parahôtellerie	75'380
Durée moyenne des séjours pour tout hébergement confondu	1.94 (77'991 nuitées /40'000 arrivées)
Taux d'occupation des chambres en % sur la durée d'ouverture	
Auberge de la Sauge	20 % (2013)
Hôtel de Ville	1% (2013)
Camping	14% (2014)
Revenus directs liés au tourisme (brut)	1'964'000.00 CHF
Location des parcelles du camping	1'292'700.00 CHF
Location des mobilhomes	28'400.00 CHF
Location des droits de superficie	160'300.00 CHF
Locations parking et parcomètre	44'200.00 CHF
Location des places d'amarrages	438'100.00 CHF
Taxes de séjour 2013	125'300.00 CHF
Fonds de réserve alloués au tourisme :	261'300.00 CHF
Fonds de réserve investissements touristiques	87'100.00 CHF
Fonds de réserve terrain du camping	36'100.00 CHF
Fonds de réserve aménagements des mobilhomes de location du camping	138'000.00 CHF

Source : Tableau de l'auteur d'après (B. Burri, CP, 20 novembre 2014)

Annexe V : Questionnaire distribué aux touristes et excursionnistes

Le tourisme à Cudrefin



Bonjour,

Je m'appelle Aline Burri. Je suis étudiante à la HES-SO, filière tourisme, en dernière année. Je réalise mon travail de bachelor sur le tourisme de Cudrefin ainsi que son offre touristique. C'est pourquoi je m'intéresse aux visiteurs de ce lieu ainsi qu'au regard qu'ils portent sur l'offre touristique. Je vous garantis l'utilisation anonyme des informations récoltées.

Etes-vous à Cudrefin à des fins touristiques ?

Non → Merci de vous être intéressé à ce questionnaire, mais malheureusement je recherche des personnes qui visitent Cudrefin à des fins touristiques. Toutefois, pourriez-vous me dire pour quelle raison êtes-vous à Cudrefin ?

Oui → Vous faites donc partie des personnes que je recherche. Acceptez-vous de répondre à quelques questions ?

1. Comment vous êtes-vous rendu à Cudrefin ? (Plusieurs réponses possibles)	<input type="checkbox"/> Avec mon propre véhicule <input type="checkbox"/> En transport publiques (bateau, train, bus) <input type="checkbox"/> A vélo <input type="checkbox"/> A pied <input type="checkbox"/> Autres :
2. Quelle est la durée de votre séjour/excursion à Cudrefin ? (Entourer la réponse qui convient)	<input type="checkbox"/> Quelques heures (Allez directement à la question 4) 1-2-3-4-5-6-7 – plus (veuillez indiquer) :
3. Si vous passez la nuit ici, quel hébergement avez-vous choisi ?	<input type="checkbox"/> Camping <input type="checkbox"/> Hôtel <input type="checkbox"/> B&B <input type="checkbox"/> Amis/famille <input type="checkbox"/> Cabane des scouts <input type="checkbox"/> Autre :
4. Quel est votre rapport à Cudrefin ? (Plusieurs réponses possibles)	<input type="checkbox"/> C'est la première fois que j'y viens <input type="checkbox"/> J'y viens depuis des années <input type="checkbox"/> Je possède une résidence secondaire <input type="checkbox"/> Je possède un mobilhome/caravane à la saison au camping <input type="checkbox"/> J'ai de la famille à Cudrefin <input type="checkbox"/> Autre:
5. Si vous êtes de passage, d'où venez-vous et ou allez-vous (veuillez indiquer uniquement la dernière destination et la prochaine)? Si vous n'êtes pas de passage, veuillez ignorer cette question.	Je viens de : Je vais à :
6. Quel est le but principal de votre visite à Cudrefin ? Plusieurs réponses possibles	<input type="checkbox"/> Détente <input type="checkbox"/> Découverte <input type="checkbox"/> Rencontrer de nouvelles personnes <input type="checkbox"/> Sport <input type="checkbox"/> Se sentir proche de la nature <input type="checkbox"/> Culture <input type="checkbox"/> Visite à des amis/famille <input type="checkbox"/> Je participe à une fête/festival à Cudrefin ou dans la région <input type="checkbox"/> Autre :
7. Comment vous-êtes-vous informé sur Cudrefin ? (voir au verso également)	<input type="checkbox"/> Je connais depuis des années <input type="checkbox"/> Bouche à oreille <input type="checkbox"/> Internet

	<input type="checkbox"/> Guide touristique <input type="checkbox"/> Je ne me suis pas informé sur Cudrefin <input type="checkbox"/> Autres :																																																												
8. Qu'est-ce qui vous plaît à Cudrefin ? Veuillez préciser svp.																																																													
9. Êtes-vous satisfait par l'offre touristique de Cudrefin ?	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfait <input type="checkbox"/> Peu satisfait <input type="checkbox"/> Satisfait <input type="checkbox"/> Très satisfait (veuillez passer directement à la question 11)																																																												
10. Pourquoi n'êtes-vous pas totalement satisfait par l'offre touristique ?	<input type="checkbox"/> En réalité je ne suis pas vraiment au courant de l'offre touristique <input type="checkbox"/> Peu de variété <input type="checkbox"/> Pas d'activités disponibles lors de mauvais temps <input type="checkbox"/> Pas de location d'équipement <input type="checkbox"/> Autre, veuillez préciser :																																																												
11. Quelles seraient les offres (activités) dont vous souhaiteriez pouvoir disposer? Plusieurs réponses possibles	<input type="checkbox"/> Location de vélos <input type="checkbox"/> Location de pédalos <input type="checkbox"/> Location de Segway <input type="checkbox"/> Location de rollers <input type="checkbox"/> Service de transport vers les gares d'Ins et Avenches <input type="checkbox"/> Balades à cheval <input type="checkbox"/> Location de chaises longues ou gros coussins à la plage <input type="checkbox"/> Location de chalets <input type="checkbox"/> Offre de cours pour des sports aquatique <input type="checkbox"/> Autres :																																																												
12. Voici une liste des activités offertes à Cudrefin, veuillez cocher celles que vous seriez le plus enclins à réaliser.	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>pas envie</th> <th>peu envie</th> <th>envie</th> <th>très envie</th> <th> déjà réalisé</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Jouer aux tennis</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Faire des randonnées dans le Massif du Grand Gré de Cudrefin</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Escalade au fil</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Jouer une partie de volleyball sur le terrain de la plage de Cudrefin</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Faire des tours de nuit à la société nocturne</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Faire une balade en bateau (kayak) sur le lac de Ferrière</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Visiter le centre ornithologique de la Dauge</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Profiter de la route de vélo n°1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td> Faire du walking</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		pas envie	peu envie	envie	très envie	déjà réalisé	 Jouer aux tennis						 Faire des randonnées dans le Massif du Grand Gré de Cudrefin						 Escalade au fil						 Jouer une partie de volleyball sur le terrain de la plage de Cudrefin						 Faire des tours de nuit à la société nocturne						 Faire une balade en bateau (kayak) sur le lac de Ferrière						 Visiter le centre ornithologique de la Dauge						 Profiter de la route de vélo n°1						 Faire du walking					
	pas envie	peu envie	envie	très envie	déjà réalisé																																																								
 Jouer aux tennis																																																													
 Faire des randonnées dans le Massif du Grand Gré de Cudrefin																																																													
 Escalade au fil																																																													
 Jouer une partie de volleyball sur le terrain de la plage de Cudrefin																																																													
 Faire des tours de nuit à la société nocturne																																																													
 Faire une balade en bateau (kayak) sur le lac de Ferrière																																																													
 Visiter le centre ornithologique de la Dauge																																																													
 Profiter de la route de vélo n°1																																																													
 Faire du walking																																																													
13. Si Cudrefin possédait un office du tourisme, pensez-vous que vous vous y rendriez ?	<input type="checkbox"/> Oui → Dans quel but ? <input type="checkbox"/> Non → Pourquoi pas ?																																																												

Concernant la personne interrogée :

Sexe :

- Homme
- Femme

Quelle est votre activité professionnelle :

- Étudiant
- Employé
- Indépendant
- Sans emploi
- Retraité

Lieu de résidence :

Ville :
 Canton :
 Pays :

Age :

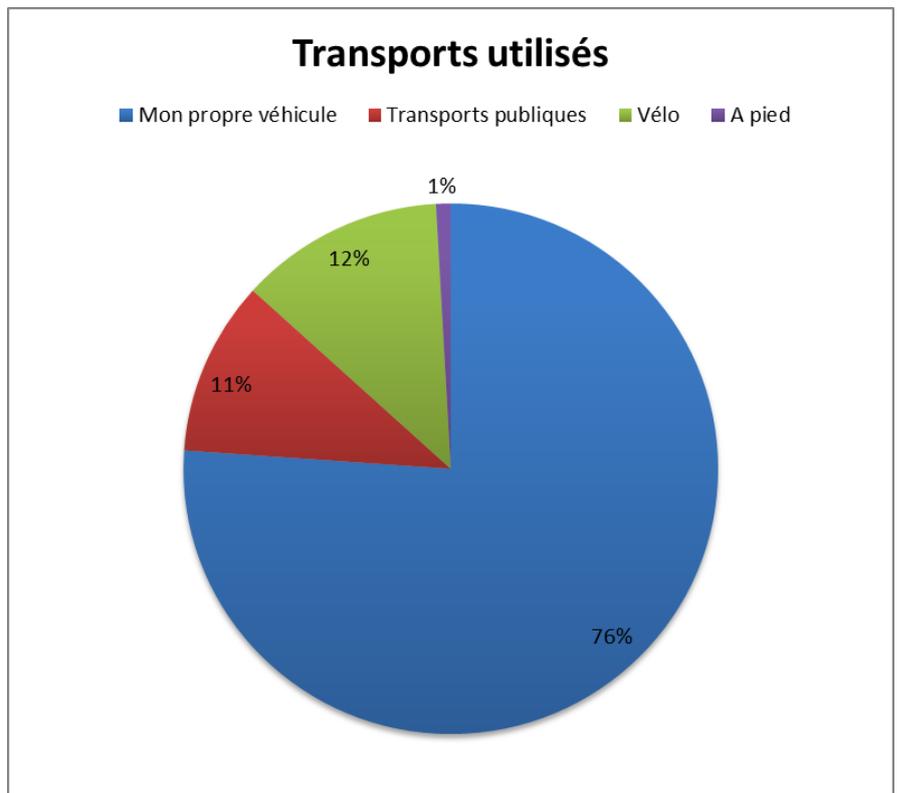
- 15-25
- 26-35
- 36-50
- 51-65
- 66-75
- 76 et plus

Annexe VI : Résultat de l'analyse des questionnaires

1. Comment vous êtes-vous rendu à Cudrefin ?

Véhicule:	Nombre:
Mon propre véhicule	86
Transports publics	12
Vélo	14
A pied	1

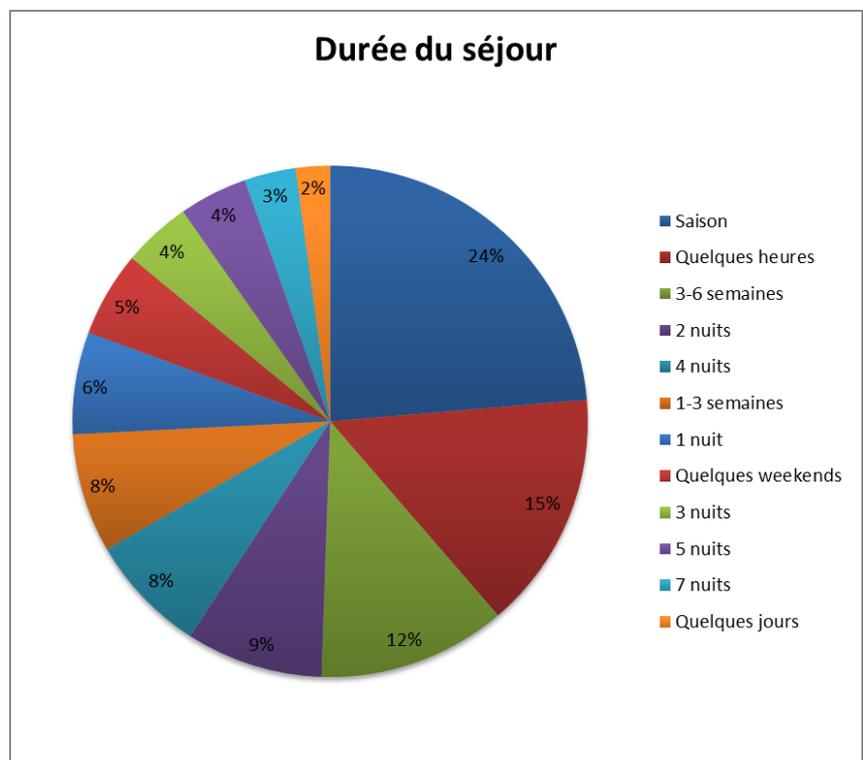
Autres:	Nombre:
avion	1
Bateau à voile	1
Il n'y a pas vraiment de transports publics direction la Suisse allemande	1
La voiture d'un ami	1
Mobility	1



2. Quelle est la durée de votre séjour/excursion à Cudrefin ?

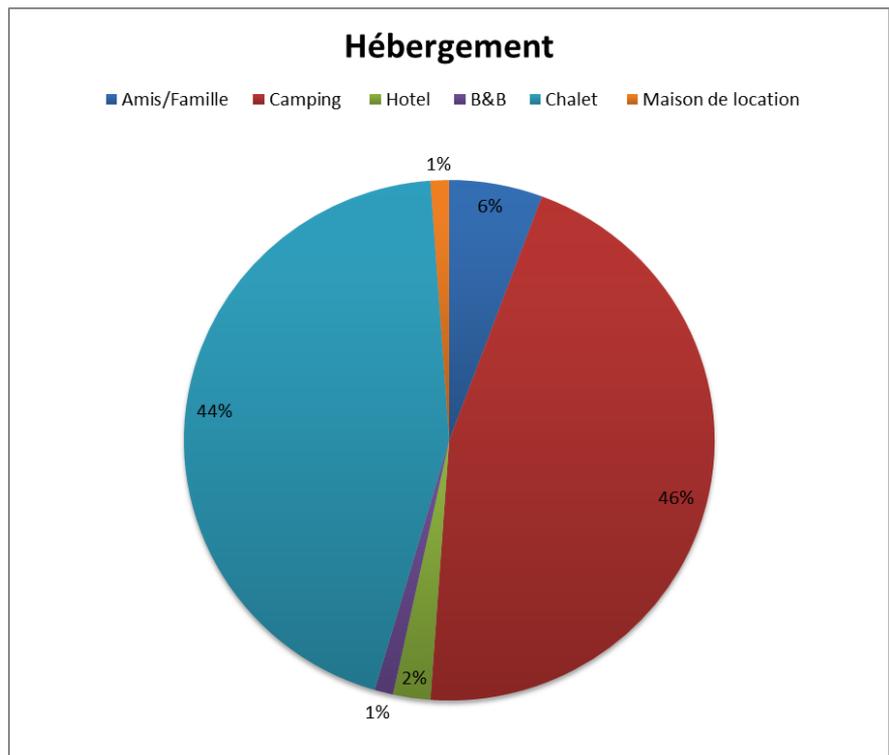
Durée:	Nombre:
Saison	22
Quelques heures	14
3-6 semaines	11
2 nuits	8
4 nuits	7
1-3 semaines	7
1 nuit	6
Quelques weekends	5
3 nuits	4
5 nuits	4
7 nuits	3
Quelques jours	2

Autres:	Nombre:
2ème fois	3
Je viens de temps en temps	1
J'habite proche de Cudrefin	1
L'année passée c'était bien, c'est pour cela que je suis revenu	1
Ma mère possède un mobilhome	1



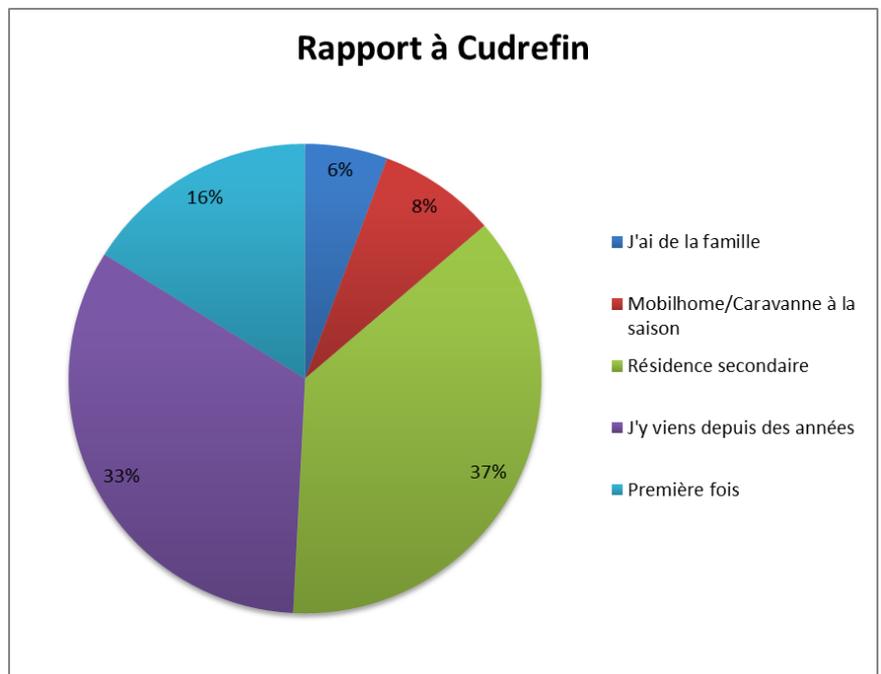
3. Si vous passez la nuit ici, quel hébergement avez-vous choisi ?

Hébergement:	Nombre:
Amis/Famille	5
Camping	40
Hotel	2
B&B	1
Chalet	39
Maison de location	1



4. Quel est votre rapport à Cudrefin ?

Rapport:	Nombre:
J'ai de la famille	7
Mobilhome/Caravane à la saison	10
Résidence secondaire	46
J'y viens depuis des années	41
Première fois	20



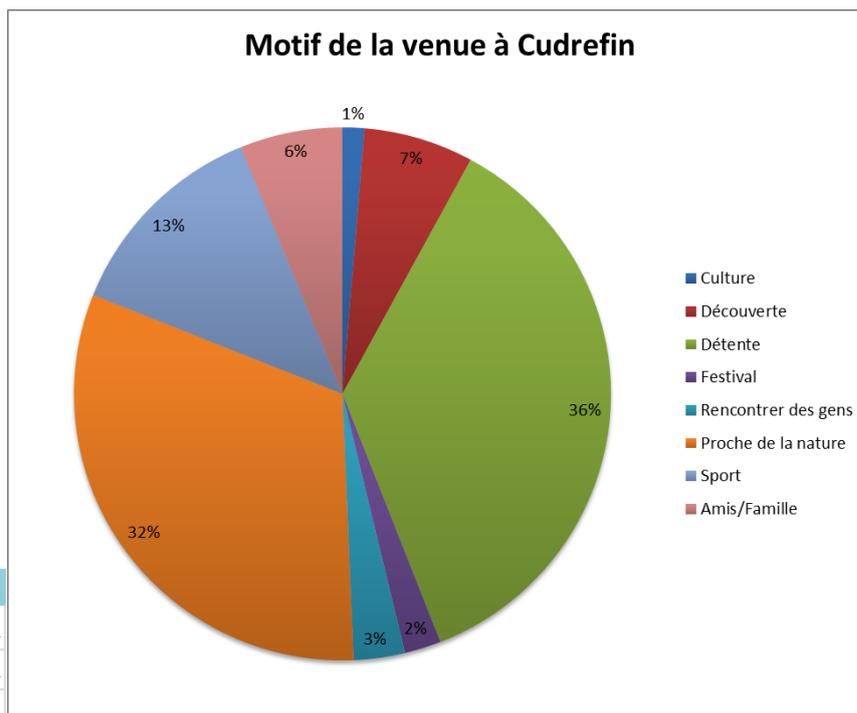
5. Si vous êtes de passage, d'où venez-vous et ou allez-vous (veuillez indiquer uniquement la dernière destination et la prochaine)? Si vous n'êtes pas de passage, veuillez ignorer cette question.

Je viens de	Je vais à
Avenches	Ins
Bâle	Hambourg
Bercher (terminus du LEB en provenance de Lausanne)	Neuchâtel
Bern	Louhans
Corcelles-Cormandèche	Yvonand
Dichtenfels	Lago Maggiore
Erlach	Tsamz Alpen
Ratekan	Lago Maggiore
Yvonand	Colombier NE

6. Quel est le but principal de votre visite à Cudrefin ? Plusieurs réponses possibles

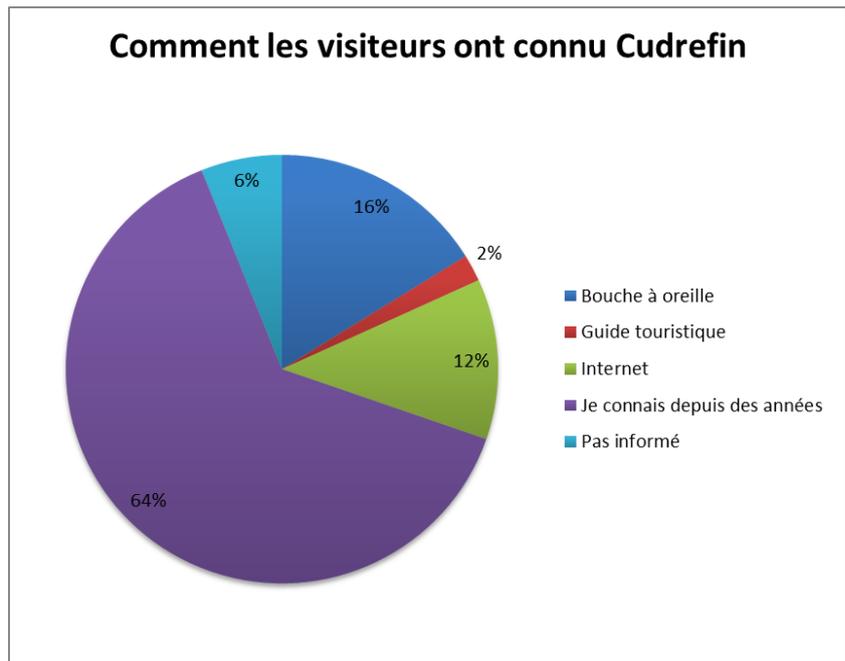
But:	Nombre:
Culture	3
Découverte	15
Détente	82
Festival	5
Rencontrer des gens	7
Proche de la nature	72
Sport	29
Amis/Famille	14

Autres:	Nombre:
Mon bateau	4
Lac et plage	4
Vacances	4
Membre club de voile	1
et de la flore	1
Par hasard	1
Vélo	1



7. Comment vous-êtes-vous informé sur Cudrefin ?

Manière:	Nombre:
Je connais depuis des années	63
Bouche à oreille	16
Internet	12
Pas informé	6
Guide touristique	2
Journeaux	1
Lorsque je recherchais un camping	1

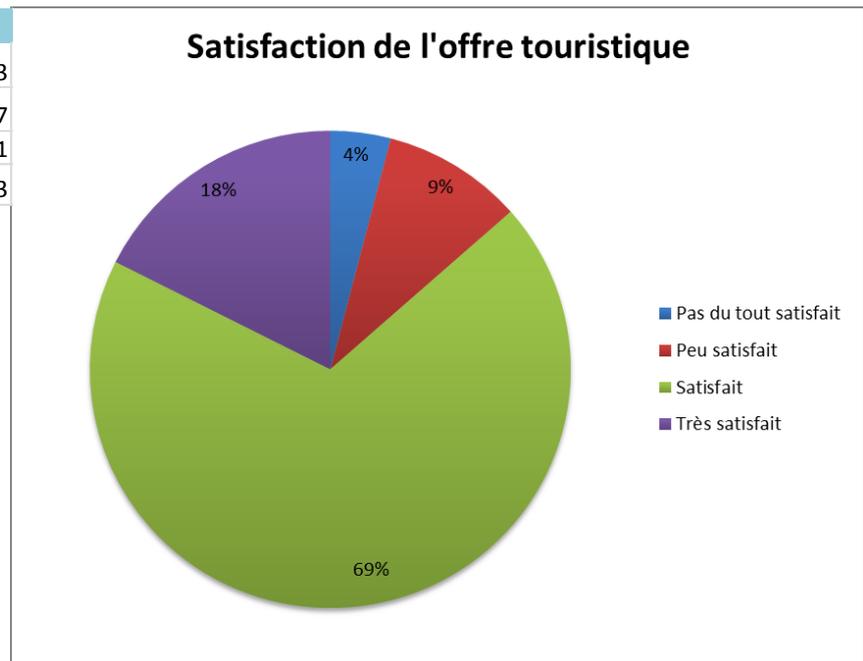


8. Qu'est-ce qui vous plaît à Cudrefin ? Veuillez préciser svp.

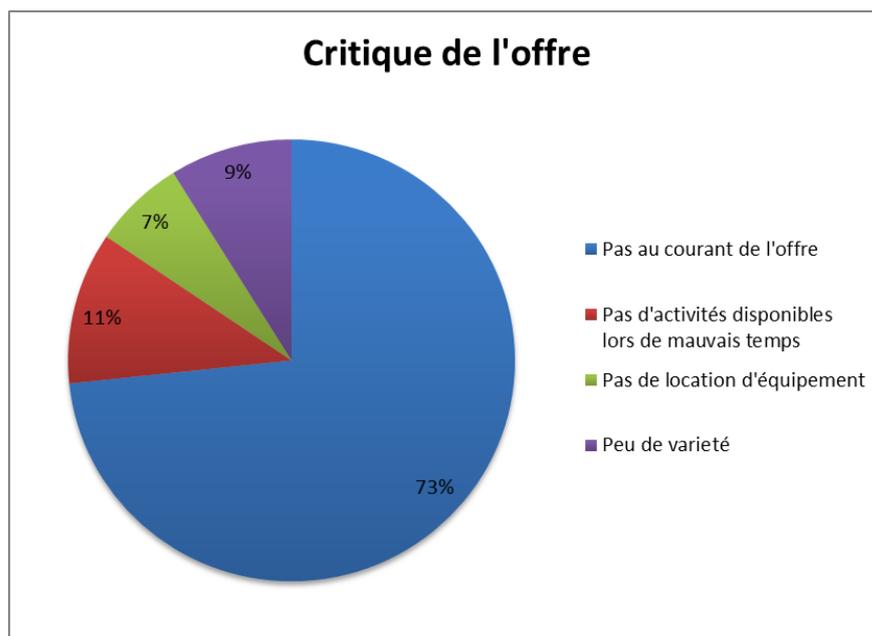
Ce qui plaît:	Nombre:	Pourcentage:
lac	58	34%
nature	13	8%
calme	12	7%
emplacement	10	6%
village	9	5%
plage	9	5%
camping	7	4%
réserve naturelle	7	4%
région	5	3%
baignade	4	2%
gens sympathiques	4	2%
paysages	3	2%
esprit village	3	2%
vue	2	1%
sécurité	2	1%
architecture	2	1%
beau	2	1%
port	2	1%
proche du jura	2	1%
Naviguation sur le lac	2	1%
loisirs	2	1%
air pur	1	1%
b&b	1	1%
Bien	1	1%
boulangerie	1	1%
climat	1	1%
cosy	1	1%
culture	1	1%
hôtel de ville	1	1%
mieux que morat	1	1%
monde des oiseaux	1	1%
panton des Chavannes	1	1%
Revoir les connaissance	1	1%
vie en chalet	1	1%
Total	173	100%

9. Êtes-vous satisfait par l'offre touristique de Cudrefin ?

Satisfaction:	Nombre:
Pas du tout satisfait	3
Peu satisfait	7
Satisfait	51
Très satisfait	13



10. Pourquoi n'êtes-vous pas totalement satisfait par l'offre touristique ?



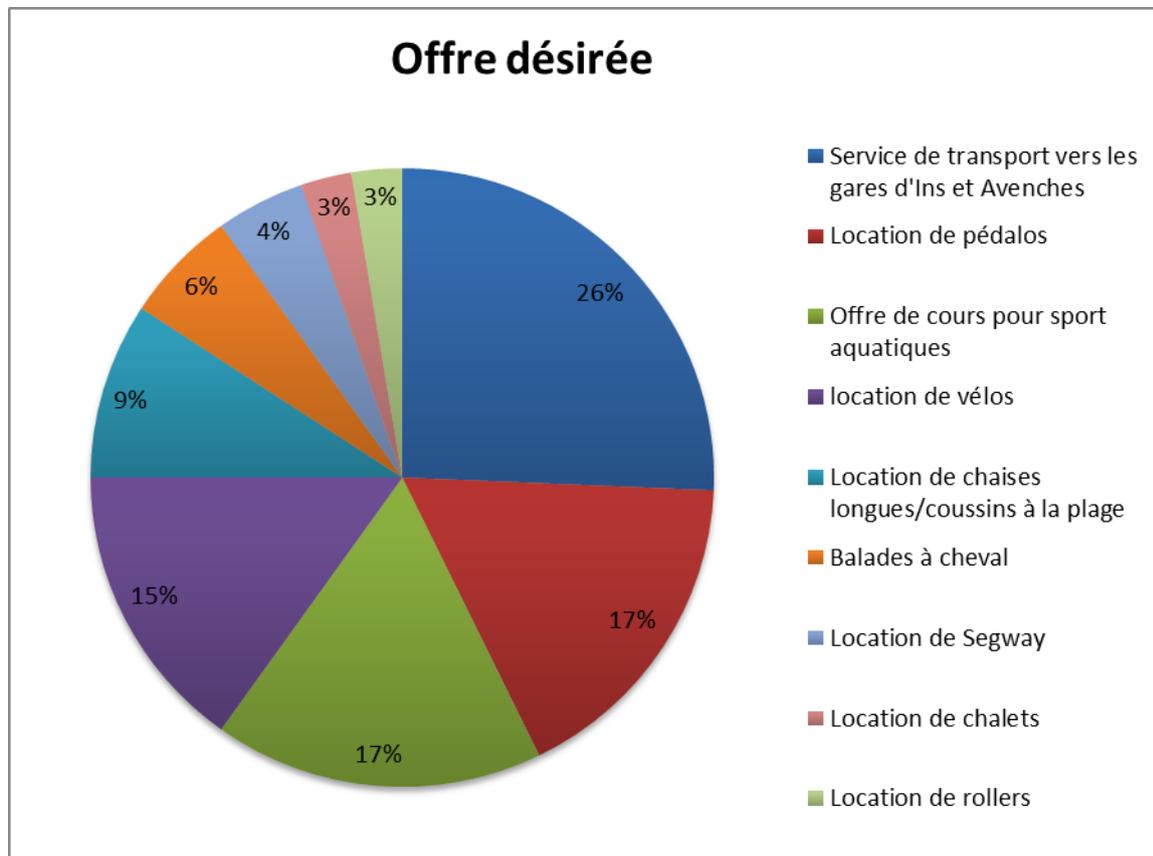
Autres:	Nombre:
il n'y a aucune info pour les propriétaires de chalets	1
je ne m'y intéresse pas assez	1
Les réglementations de la réserve par l'état de vaud m'empêche d'accéder au lac depuis mon chalet	1
Traffic des bateau peu fréquent	1
trop cher	1

Ce qui déplaît:	Nombre:
Pas au courant de l'offre	33
Pas d'activités disponibles lors de mauvais temps	5
Pas de location d'équipement	3
Peu de variété	4

11. Quelles seraient les offres (activités) dont vous souhaiteriez pouvoir disposer?

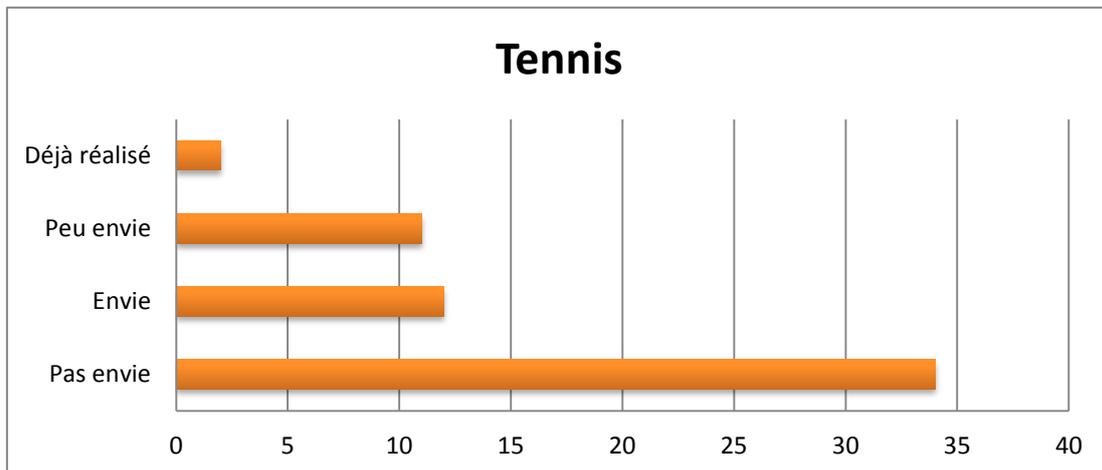
Plusieurs réponses possibles

Offre:	Nombre:	Autres:	Nombre:
Service de transport vers les gares d'Ins et Avenches	39	Améliorer l'apparence des deux bistros au bord du lac	1
Location de pédalos	26	Augmenter le nombre de restaurants au bord du lac	1
Offre de cours pour sport aquatiques	26	Créer des activités au camping	1
location de vélos	23	Créer des endroits protégé du soleil sur les plages	1
Location de chaises longues/coussins à la plage	14	Créer des transports direction Neuchâtel et le Jura	1
Balades à cheval	9	Créer un bistrot près du lac	1
Location de Segway	7	Créer une place de jeu en plus au camping	1
Location de chalets	4	Kitestation, SUP-Yoga	1
Location de rollers	4	Location de Kayak-canoë	1
		location de parapluie	1
		Mieux entretenir les WC publics	1
		Planter des arbres près de la pataugeoir du camping	1
		Plus de magasin	1
		Possibilités de transport vers les villes culturelles	1
		Suggestions de marche	1

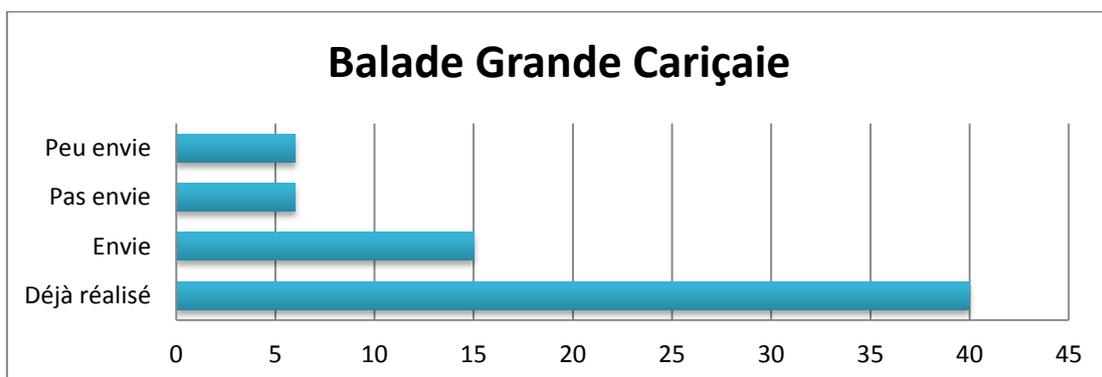


12. Voici une liste des activités offertes à Cudrefin, veuillez cocher celles que vous seriez le plus enclins à réaliser.

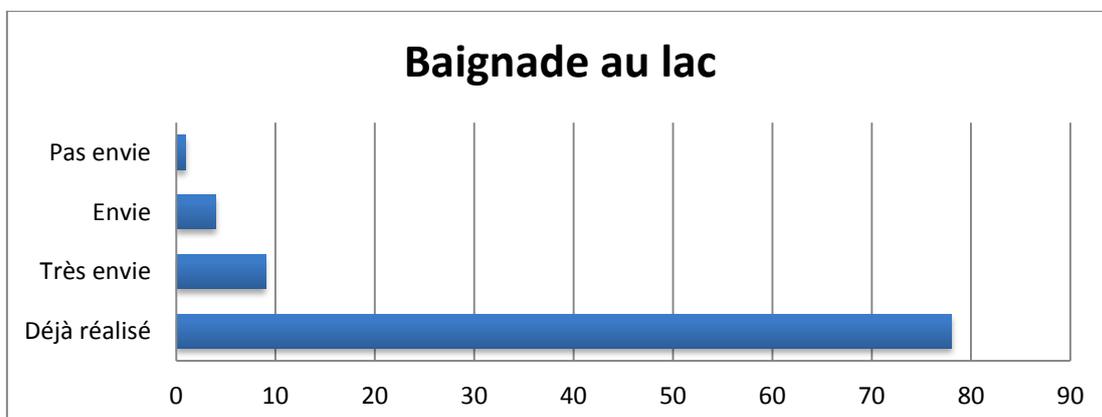
12.1 Tennis :



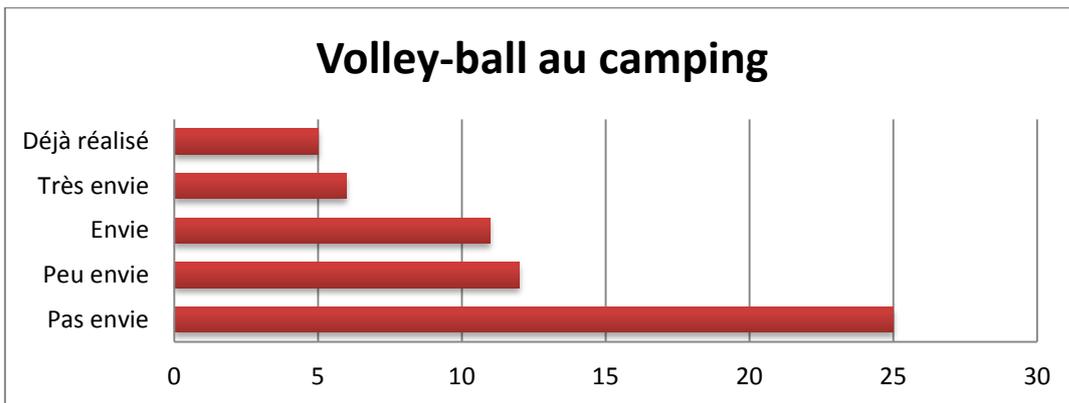
12.2 Balade dans la Grande Cariçaie :



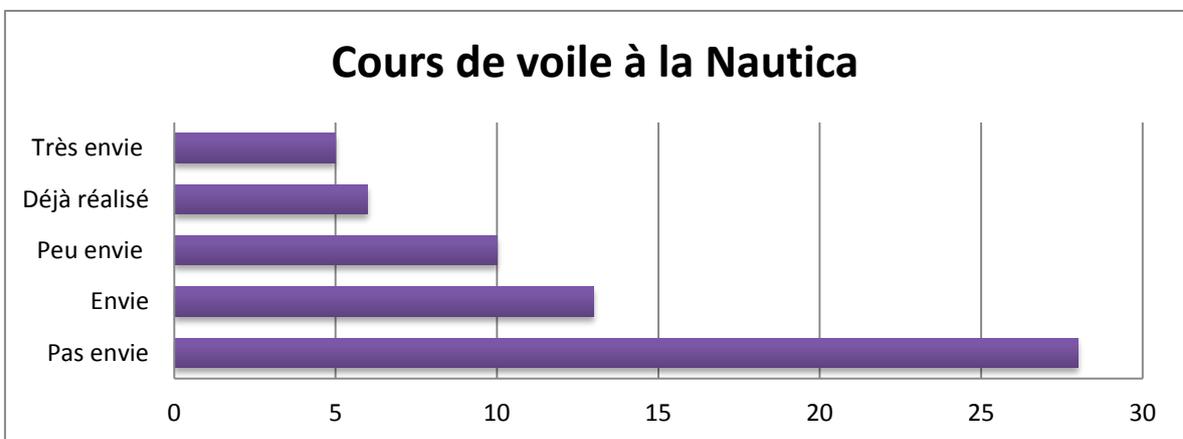
12.3 Baignade au lac :



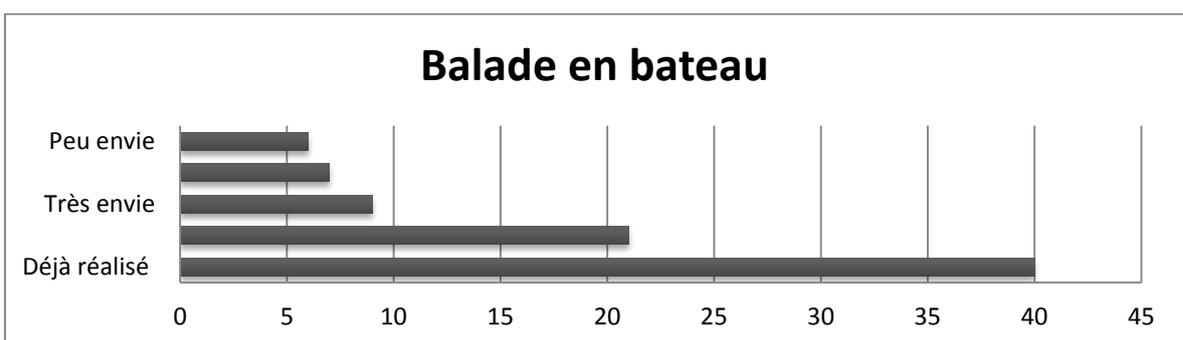
12.4 Jouer une partie de volley-ball sur le terrain du camping :



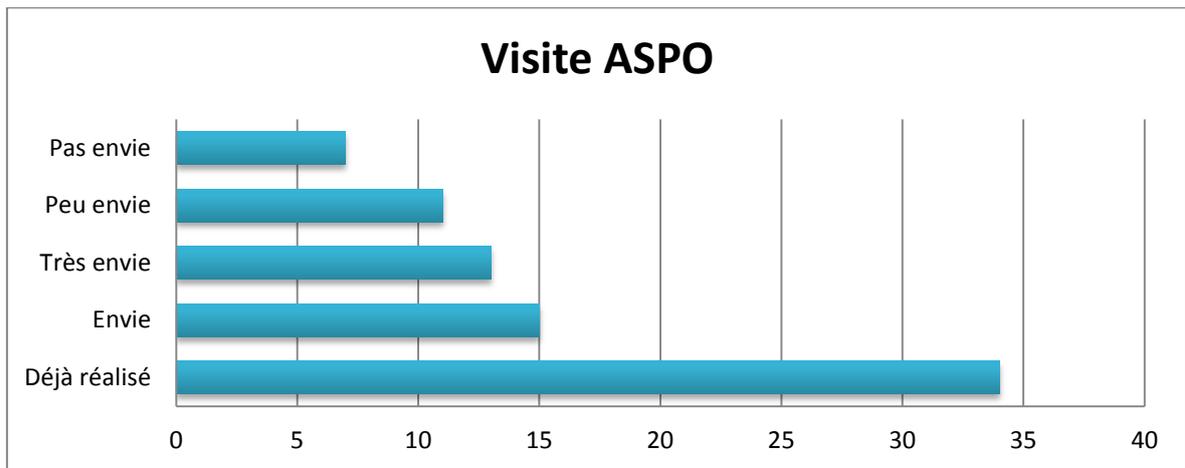
12.5 Cours de voile à la Société Nautique :



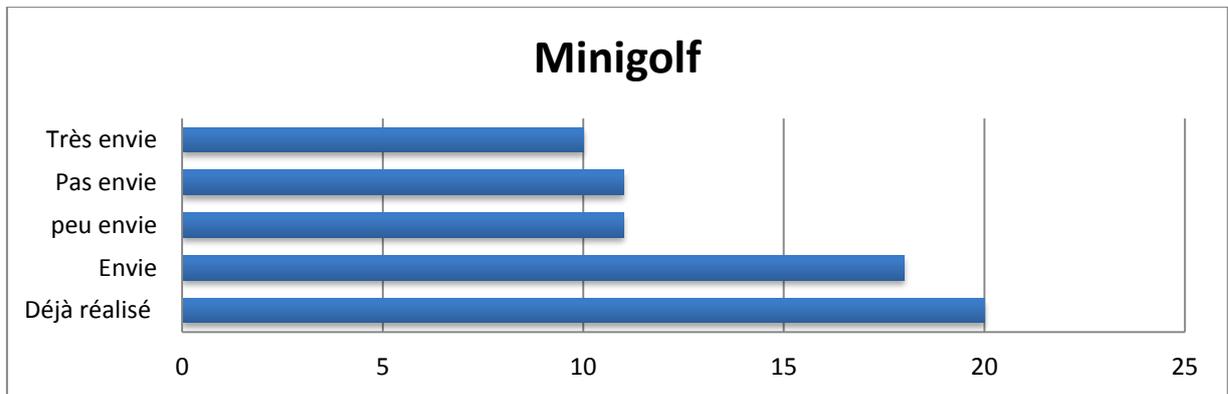
12.6 Navigation sur le lac en bateau :



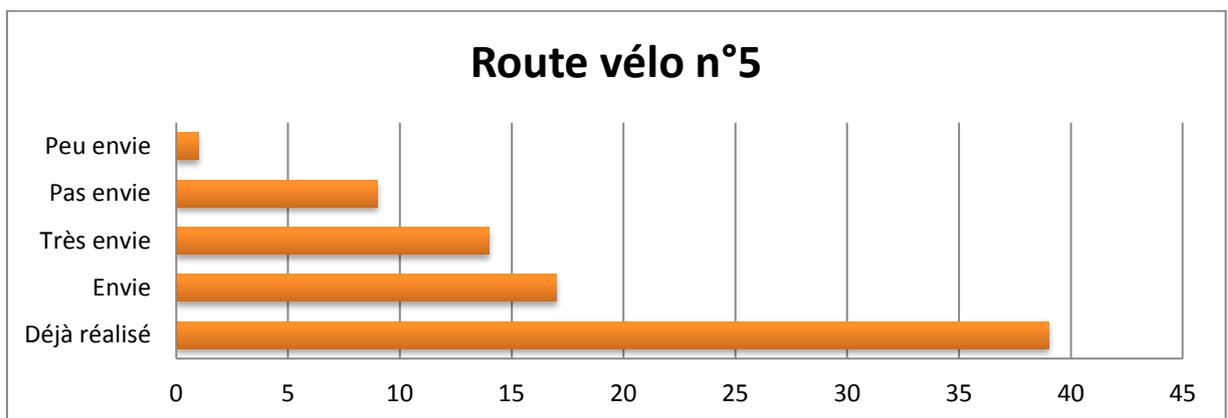
12.7 Visite du centre ornithologique de la Sauge :



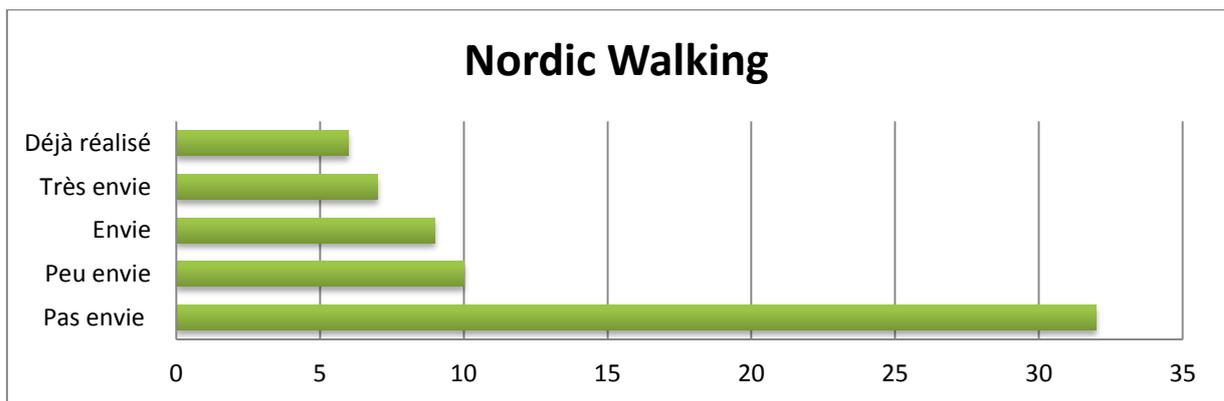
12.8 Minigolf :



12.9 Profiter de la route de vélo n°5 :

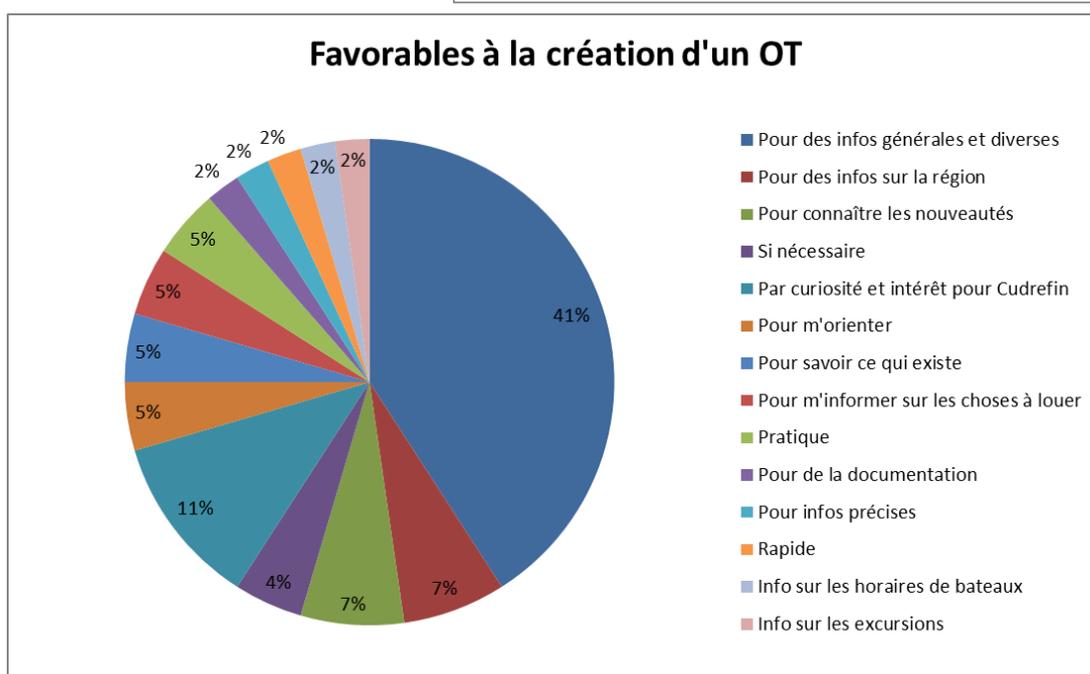
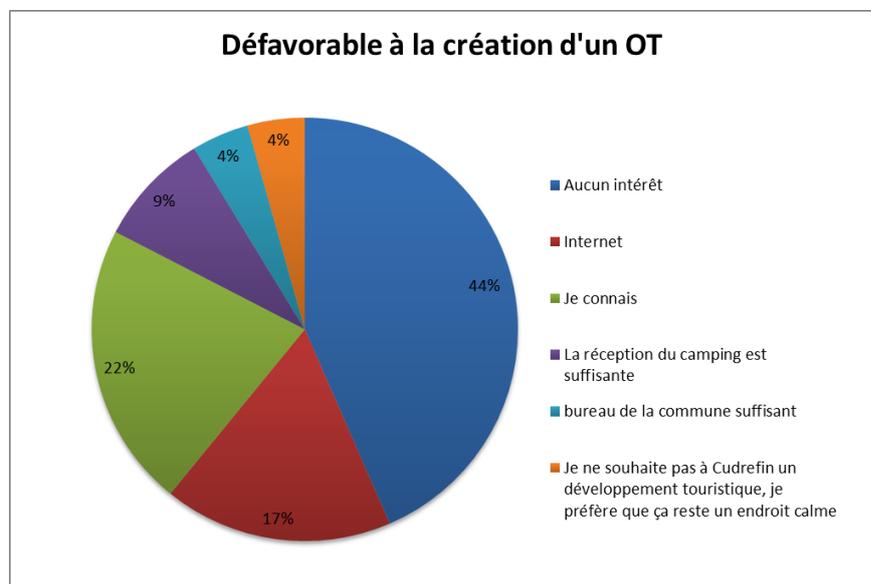


12.10 Nordic Walking :



13. Si Cudrefin possédait un office du tourisme, pensez-vous que vous vous y rendriez ?

Réponse:	Nombre:	Pourcentage:
non	41	46%
oui	48	54%
Total	89	100%

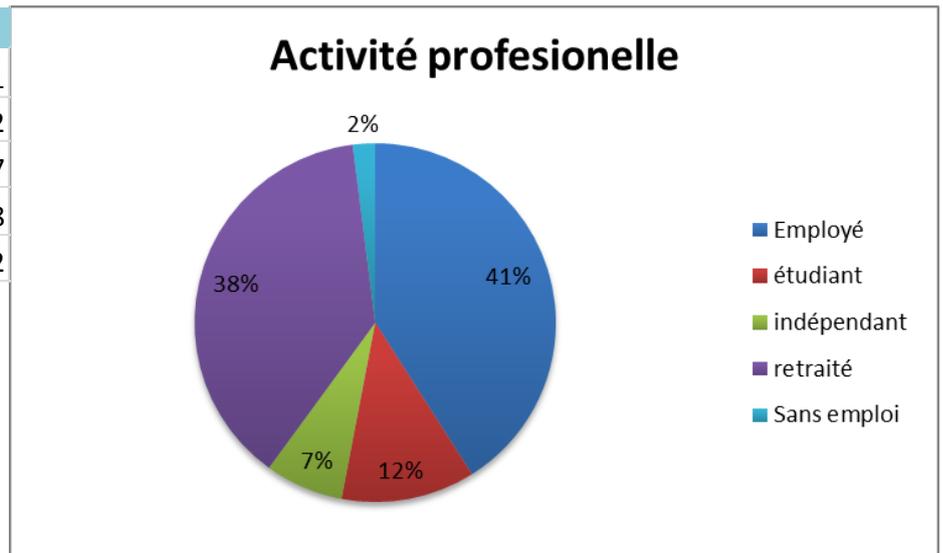


14. Sexe ?

Sexe:	Nombre:	Pourcentage:
femme	49	49%
homme	51	51%
Total	100	100%

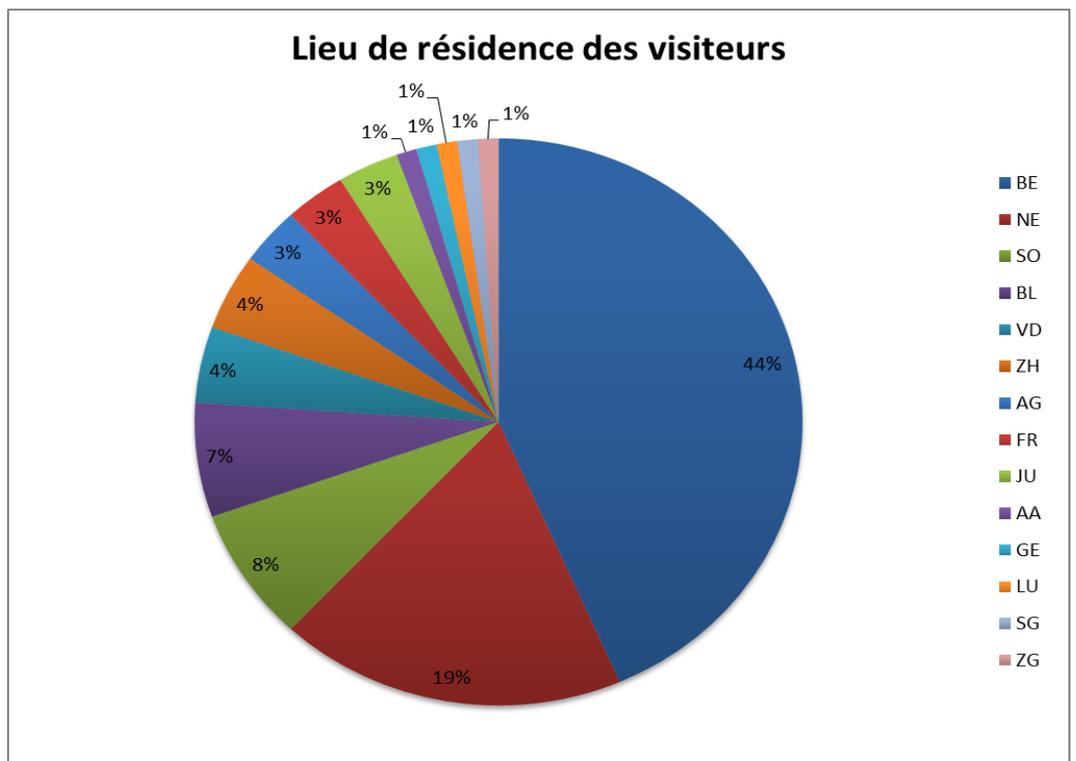
15. Quelle est votre activité professionnelle ?

Activité:	Nombre:
Employé	41
étudiant	12
indépendant	7
retraité	38
Sans emploi	2



16. Lieu de résidence ?

Canton:	Nombre:
BE	40
NE	17
SO	7
BL	6
VD	4
ZH	4
AG	3
FR	3
JU	3
AA	1
GE	1
LU	1
SG	1
ZG	1



Autres :

6 Allemands et 1 Portugais

17. Age ?

Age:	Nombre:	Pourcentage: .
51-65	23	23%
36-50	21	21%
66-75	21	21%
76 e plus	15	15%
15-25	14	14%
26-35	6	6%
Total	100	100%

18. Langue du questionnaire distribué ?

Type:	Nombre:
Germanophone	72
Francophone	28



Annexe VII : Suggestions d'amélioration de l'offre de Cudrefin par les touristes

Jean-Pierre Lozato-Giotart et Michel Balfet le disent bien, « il est intéressant d'identifier les pistes probables pour des demandes émergentes [...]. Cette approche permet de situer quelques axes de développement des produits touristiques de demain. » (Management du tourisme: Territoires, systèmes de production et stratégies, 2e édition, 2007c, p. 80). C'est pourquoi les divers souhaits des touristes de Cudrefin sont répertoriés dans le tableau ci-dessous. Ces souhaits correspondent aux réponses obtenues sur la section *Autres* de la question 11 (Quelles seraient les offres (activités) dont vous souhaiteriez pouvoir disposer?) du questionnaire distribués.

Tableau 10: Souhaits des visiteurs pour l'amélioration de l'offre touristique à Cudrefin

Souhait émis	Type de visiteur
Améliorer l'apparence des deux bistrotts au bord du lac, mieux entretenir les WC publiques, augmenter le nombre de restaurant au bord du lac	Femme, employée, bernoise, 36-50 ans, peu satisfaite de l'offre mais pas vraiment au courant, connais Cudrefin depuis des années, y passe une nuit en 2014.
Créer des activités au camping	Homme, retraité, neuchâteloise, 51-65 ans, satisfait de l'offre mais trouve qu'il y a peu de variété, connais Cudrefin depuis des années, possède un mobilhome/caravane et y loge pour la saison.
Créer des endroits protégés du soleil sur les plages, planter des arbres près de la pataugeoire du camping, créer une place de jeu en plus au camping	Femme, sans emploi, bernoise, 51-65 ans, satisfaite de l'offre, elle connaît Cudrefin depuis des années, y possède un mobilhome/caravane pour y loger à la saison.
Créer des transports direction Neuchâtel et le Jura	Homme, retraité, bernois, 76 ans et plus, n'est pas au courant de l'offre, connaît Cudrefin depuis des années, y possède un chalet en résidence secondaire.
Créer un bistrot près du lac	Femme, indépendante, bernoise, 51-65 ans, satisfaite de l'offre mais se plaint qu'il n'y a pas d'activités disponibles lors de mauvais temps, connais Cudrefin depuis des années, y possède un mobilhome/caravane pour y loger à la saison.
Kitestation, Stand Up Paddle-Yoga	Femme, employée, zurichoise, 36-50 ans, globalement satisfaite de l'offre, viens à Cudrefin depuis des années, loge au camping pour 14 jours.

Location de canoë-kayak	Femme, étudiante, jurassienne, 15-25 ans, peu satisfaite car pas de location d'équipement, première venue à Cudrefin, loge au camping pour 4 jours.
Plus de magasin	Homme, indépendant, bernois, 51-65 ans, satisfait de l'offre, connais Cudrefin depuis des années, loge au camping pour 2 mois.
Possibilités de transport vers les villes culturelles	Femme, employée, apenzelloise, 26-35 ans, peu satisfaite mais pas vraiment au courant de l'offre, deuxième fois qu'elle vient à Cudrefin, loge au camping pour 10 jours.
Suggestions de marche	Homme, retraité, bernois, 76 ans et plus, n'est pas du tout satisfait de l'offre, connaît Cudrefin depuis des années, y possède un chalet en résidence secondaire,

Source : (données récoltée par l'auteur – sondage 2014)

Annexe VIII : Tableau Benchmark

Tableau 11: Tableau benchmark

	Cudrefin	Estavayer-le-Lac	Morat	Avenches	Vully-les-Lacs & le Vully
Commune					
Nb d'habitants	1500(j)	6182(m)	6 490 (l)	3808(1c)	Regroupe plusieurs commune: Vully-les-Lacs, Haut-Vully et Bas-Vully, soit environ 6000 habitants (a)
Superficie	2754 hectares(j)	893 hectares(m)	1 205 hectares (l)	1756 hectares (1c)	3966 hectares (a)
Positionnement	Nature (2i)	Fun, nature et culture(z)	Culture, cyclotourisme (1w)	Patrimoine et tradition et événements (1c)	Randonnée, gastronomie du terroir (a)
Public cible	retraités et familles, surtout suisses-allemands (2i)	Tout public mais plus de jeunes et familles jusqu'à 50 ans, suisse-allemands(z)	Personnes du 2 ^{ème} et 3 ^{ème} âge, suisses-allemands. Peu de jeunes et de familles car les produits sont trop cher ou pas adaptés. (1w)	Famille, groupes, excursionnistes, suisses-allemands et allemands du sud. Festivaliers durant la haute saison. Marché de niche pour Equus Helveticus. (1c)	Jeunes retraités, familles, campeurs, suisses-allemands et aussi quelques personnes qui s'intéressent à l'histoire à cause du Mont-Vully et ses attraits historiques. (a)

Nb de nuitées	78'000 (estimation avec parahôtellerie) (2j)	470'000 uniquement hôtellerie(z)	254'570 2013: Hôtels : 66'250 / Parahôtellerie passage : 10'450 / parahôtellerie forfaits: 177'870(1w)	104'800 nuitées (sans appartements de vacances) Camping : 65'000 (2013) /Hôtels : 31'500 (2013) /Auberge de Jeunesse : 8'300 (2014) (1c)	207'316 (sans parahôtellerie) Vully-les-Lacs : 70 à 80'000 nuitées Le Vully 137'316 nuitées(a)
Périodicité du tourisme	Avril-octobre (2i)	Saisonnier, mais grâce aux événements et au tourisme d'affaire, des nuitées sont générées également en hiver(z)	Tourisme très saisonnier : Haute-saison : juillet et août. D'avril à octobre des arrivées sont générées sept-octobre : groupes âgés (1w)	Avril à septembre Saison estivale forte de juillet à septembre, les manifestations génèrent une grande visibilité médiatique et augmente l'affluence touristique (indigènes aussi touristes). (1c)	Saisonnier : débute à fin avril avec le Slow Up et dure jusqu'à fin octobre si la météo est bonne. (a)
Revenu brut généré grâce au tourisme	Estimation : 2 millions (2j)	Estimation : 6 millions 140.-/nuitées hôtelière(z)	Aucun chiffre communiqué (1w)	Estimation : 10 millions (Etude de l'impact économique des 3 festivals Rock oz'arènes, Tatoo et Opéra en 2012 : 8 millions (1c)	Taxes de séjours : Fr. 166'000.- en moyenne, varie légèrement selon les années (a)
Richesse architecturale	Faible, 3 bâtiments dignes de visite (Eglise St-Théodule, Fontaine de la Justice, Tour	Moyenne, 4 bâtiments dignes de visite et toute la vieille ville (château de Chenaux, Chapelle des	Riche: 13 bâtiments dignes de visite (Porte de Berne, école primaire, église française,	Très riche: 14 bâtiments dignes de visite (voir plus bas dans activités) Ainsi que les ruines romaines	Faible à Moyenne : 1 église à visiter, 1 pont et 3 ruines: Oppidum Celte, la Pierre de Louis Aggasiz, La Tour des

	carrée) (j)	Dominicaines, circuit des remparts, musée d'Estavayer-le-Lac et des grenouilles) (r)	Rathausgasse, Hôtel de Ville, cure allemande, remparts, Rübenloch, château, fossés et tours, église catholique, Törliplatz, rues principales et arcades) (1u)	dont l'arène et le musée romain d'importance nationale. (2k)	Sarrasins (1t)
Accès au lieu	Transport publics, publicar depuis Ins et car postal depuis Avenches (j)	Transport publics, gare CFF d'Estavayer-le-Lac (m)	Transport publics, gare CFF de Morat (l)	Transport publics: gare CFF d'Avenches (2k)	Car postal, bus TPF ou gare CFF de Sugiez (1t)
Loisirs liés à l'eau					
Nb d'activités	3 (j)	20(r)	9(1u)	7(2k)	3 (1t)
Nb de prestataires	3 (j)	6(r)	9(1u)	3(2k)	3 (1t)
Propriétaires des activités	commune, Société Nautique de Cudrefin, SNLNM	Commune, Alphasurf (b), Alphavoile (c), Club d'Aviron, cercle de la voile, organisateurs des sorties stand up paddle	SNLNM, compagnies privées, commune et piscine.	Lacotel, commune, association du tourisme	Commune, SNLNM, école de Stand up Paddle
Activités qui ont le plus de succès	Baignade au lac, Balade en bateau sur le lac (2i)	Toutes les activités du centre nautique Alphasurf: Cable ski, paddle, LNM, ...(z)	Le bateau représente 90% des activités touristiques sur le lac, le paddle board et le wakeboard prennent de l'ampleur (1w)	Le camping qui comprend diverses animations, canoë kayak, aquagym, paddle, tournois de beach-volley, tournois de football sur sable, activité pour les	Bateau, baignade (a)

				enfants avec place de jeux sur place, piscine du Lacotel (1c)	
Fréquence d'utilisation	Durant la haute saison, mais dès avril jusqu'en fin septembre (2i)	Avril à fin septembre, dès que ça ouvre(z)	Avril-octobre (1w)	Liée à la saison estivale, fréquentation maximale de juin à fin août (1c)	Dès que le temps le permet (a)
Public cible	Familles et retraités (2i)	Jeunes et groupe d'entreprise pour activités très sportives (cable-ski, wakeboard,...), famille pour sports plus doux (canoë, paddle,...) Navigation sur le lac attire plutôt des seniors(z)	Sport nautiques pour les jeunes et bateau pour familles et seniors (1w)	Familles (1c)	Jeunes retraités, familles (a)
Moyenne des prix	57,50.-	145.-	208.-	Prix inconnus	15.-
Loisirs en partenariat avec d'autres communes	Aucun	Aucun	Aucun	Aucun	Aucun
Loisirs liés à la terre					
Nb d'activités	8 (j)	19(r)	33(1u)	29(2k)	15(1t)
Nb de prestataires	6 (j)	7(r)	14(1u)	9 (2k)	29(1t)

Propriété des activités	Commune, Etat, Privés, Centre ASPO, SuisseMobile	Commune, OT, Etat, Privés, SuisseMobile, Publibike (1r),	OT, commune, musée, privés (n), Publibike (1r), Tennis club,	Commune, Haras, IENA, AlphaHorse, SuisseMobile, AlphaHorse, Publibike (1r), Lacotel, TennisClub Avenches	24 encaveurs, commune, cave du tonnelier, Cavalca (h), Mobileo, Association fribourgeoise de randonnée
Activités qui ont le plus de succès	Centre ASPO, route de vélo (2i)	Tout ce qui est nature: réserve, balade à pied, culture, cyclotourisme, événements. Ils ont tous du succès ! (z)	Visite de la vieille ville, randonnée au Mont-Vully, cyclotourisme (1w)	Visite guidée des sites romains et de la ville médiévale (1c)	Randonnée sur le Sentier viticole, montée jusqu'au Mont-Vully, Grottes du Vully, visite des caves et dégustations de vins (a)
Fréquence d'utilisation	Avril-octobre (2i)	Toute l'année, mais davantage d'avril à fin septembre. Les événements la nature et la culture font que les gens viennent aussi l'hiver(z)	Avril-octobre, mais possible de faire toute l'année (1w)	Toute l'année avec une fréquence accrue à partir d'avril à fin octobre (1c)	Fin avril et dure jusqu'en octobre(a)
Public cible	Familles et retraités (2i)	Seniors, familles et beaucoup d'écoles pour faire les jeux en ville comme les chasses au trésor(z)	Pour la vieille ville: les passionnés de culture, histoire. Le cadre ne correspond pas aux jeunes et familles (1w)	Groupes et individuels et écoles (visites guidées inscrites au programme des écoles d'Avenches, visite de certaines écoles de suisse-allemande) (1c)	les 50 ans et plus qui aiment marcher et les familles, et pour les caves il y a plutôt des groupes (entreprises, groupes d'amis) (a)
Moyenne des prix	6.-	44.-	48.-	14,80.-	37,95.-
Loisirs en partenariat	1 : les routes de mobilité douce	5: Balade dans la Grande Cariçaie à pied,	4: Karting (v), Bowling (g), Vélo Swing golf,	2: Publibike (1r) et SuisseMobile	SuisseMobile. Quasiment tous car les activités sont

avec d'autres communes	SuisseMobile(j)	en calèche, (e) SuisseMobile, Char fondue (2g), Publibike (1r).	Publibike (1r).		réparties sur 4 communes
Evénements d'envergure					
Nb	3	16	21	6	7
Périodicité	<p>Steelband 1x par année au mois de juillet pendant 1 jour (2b)</p> <p>Tracteur Pulling: Le Tracteur pulling de Cudrefin est organisé tous les deux ans, en alternance avec Boudevilliers, pendant 3 jours (1x)</p> <p>1er août: 1 jour, 1xan (j)</p>	<p>Itinéraire des crèches: 1x par année, pendant un mois, de décembre à janvier (r)</p> <p>Marché de Noël: 1x par année, deux jours en décembre (r)</p> <p>Carnaval d'Estavayer: 1x par année, 3 jours au mois de février(1z)</p> <p>L'énigme du lapin de Pâques: 1x par année, 4 jours au mois d'avril(r)</p> <p>Ludimaniak: 1x par année, 3 jours au mois de Mai(1b)</p> <p>Elsa Bike trophy: 1x par année au mois de juin, sur deux jours (i)</p> <p>Festival des roses: tous les 2 ans, 3 jours au mois de juin (x)</p> <p>Le marché staviacois:</p>	<p>Semaine culturelle à l'hôtel Murten : 1x par an, 2jours en novembre (1u)</p> <p>Marché aux truffes : 1x par an, 2j en nov.(1u)</p> <p>Marché de la St-Martin : 1x par an, 1j novembre(1u)</p> <p>Murten on Ice : environ 3 mois, nov. à fév.(1u)</p> <p>Marché de Noël : 1xan, 3j déc.(1u)</p> <p>Carnaval : 1xan, 3j mars(1u)</p> <p>Slow up : 1xan, 1j avril(1y)</p> <p>Brocante d'artisanat d'art : 1xmois de mai à septembre(y)</p> <p>Marché de mai :</p>	<p>Carnaval : 1xan, 3jours en mars (2k)</p> <p>Slow up : 1xan, 1 jour en avril(1y)</p> <p>Avenches Opéra : 1x an, 9 jours en juillet(2k)</p> <p>Rock oz'arènes : 1x an, 5 jours en août(2k)</p> <p>Avenches Tatoo : 1x an, 3 jours en septembre(2k)</p> <p>Equus Helveticus: 1xan, 3 jours en septembre(2k)</p>	<p>Vully blues festival : 1xan, 2jours en novembre (1t)</p> <p>Caves ouvertes du Vully : 1xan, 3 jours en mai(1t)</p> <p>Foulée du Vully : 1xan, 1 jour en mai(1t)</p> <p>Balade gourmande de Vully-les-lacs : 1xan, 1 jour en juillet(1t)</p> <p>Motocross à l'ancienne : 1x an, 2 jours en septembre(1t)</p> <p>Fête des vendanges du Vully : 1x an, 2 jours en septembre(1t)</p> <p>Chenevières-sur-Scène : 1x an, 1 mois du 23 juillet au 23 août(1t)</p> <p>Route gourmande: 1x an, juin(1t)</p>

		<p>1x par année, 1jour au mois de juillet(r)</p> <p>Swatch Free4style: 3 jours au mois de juillet (2c)</p> <p>Swing in the wind: 2 jours au mois de juillet, 1x par an (2d)</p> <p>Estival Open Air: 1x par année 4 jours de fin juillet à début août(t)</p> <p>Brocante en Plein Air: 1x par an, deux jours au mois d'août (r)</p> <p>La Bénichon à Estavayer: 1x par an, 3 jours au mois d'août (r)</p> <p>Artephile: 1x par an, 2 jours au mois de septembre (d)</p> <p>Fête médiévale: 1x par an, 3 jours au mois de septembre (q)</p> <p>La ferme en ville: 1x par an , mois d'avril (r)</p>	<p>1xan, 1j mai(1u)</p> <p>Surfclassic : 1xan, 1j mai (f)</p> <p>Solennité : 1xan, 1j juin (1u)</p> <p>Tir historique : 1xan, 1j juin (1j)</p> <p>Traversée du lac : 1xan, 1j juillet (2a)</p> <p>Wakeandjam : 1xan, 3j juillet (2h)</p> <p>Musique classique en vieille ville : chaque samedi de juillet à août (1u)</p> <p>Cinéma open air : 2juillet au 7 août(u)</p> <p>Fête de ville : 1xan, 2j août(1u)</p> <p>1er août 1x an (1u)</p> <p>Triathlon du Seeland : 1xan, 1j septembre(1u)</p> <p>Murten Classics : 9-30 août(1i)</p> <p>Nuit des saveurs : 1xan, 1j septembre(1u)</p> <p>Morat-Fribourg : 1xan, 1j octobre (1g)</p>		
--	--	---	--	--	--

Organisateurs	<p>Steelband: La société des Pampana's de Cudrefin (2b)</p> <p>Tracteur Pulling: l'association suisse de tracteur pulling (1x)</p> <p>1er août: la commune (j)</p>	<p>Itinéraire des crèches: OT (r)</p> <p>Marché de Noël: privé, Glauser Yasmina (r)</p> <p>Carnaval d'Estavayer: SOCAREST-Société du Carnaval d'Estavayer-le-Lac (1z)</p> <p>L'énigme du lapin de Pâques: OT(r)</p> <p>Ludimaniak: comité dont le directeur de l'OT fait partie (1b)</p> <p>Elsabike Trophy: Chassot Concept SA (i)</p> <p>Festival des roses: OT (x)</p> <p>Le marché staviacois: OT(r)</p> <p>Swatch Free4style: comité (2c)</p> <p>Swing in the wind: comité (2d)</p> <p>Estival Open Air: comité (t)</p> <p>Brocante en Plein Air: OT(r)</p> <p>La Bénichon : OT (r)</p> <p>Artephile: comité dont OT fait partie (d)</p>	<p>Semaine culturelle à l'hôtel Murten : Hôtel Murten (1u)</p> <p>Marché aux truffes : OT et Association suisse de la Truffe (1u)</p> <p>Marché de la St-Martin : Police communale (1u)</p> <p>Murten on Ice : OT</p> <p>Marché de Noël : groupe des détaillants de Morat (1u)</p> <p>Carnaval: comité (1u)</p> <p>Slow up : comité dont le directeur de l'OT fait partie (1y)</p> <p>Brocante d'artisanat d'art : comité (y)</p> <p>Marché de mai : groupe des détaillants de Morat et OT (1u)</p> <p>Surfclassic : Bise noire (manifestation de windsurf la plus importante de Suisse)(f)</p> <p>Solennité : comité des anciens cadets (1u)</p> <p>Tir historique :</p>	<p>Carnaval : comité (2k)</p> <p>Slow up : comité dont le directeur de l'OT d'Avenches fait partie (1y)</p> <p>Avenches Opéra : Fondation Avenches Opéra. (2k)</p> <p>Rock oz'arènes : comité (2k)</p> <p>Avenches Tatoo : comité (2k)</p> <p>Equus Helveticus: IENA (2k)</p>	<p>Vully blues festival : le Vully Blues Club(1t)</p> <p>Caves ouvertes du Vully : les vigneron du Vully(1t)</p> <p>Foulée du Vully : Comité(1t)</p> <p>Balade gourmande du Vully : Vully-les-lacs tourisme(1t)</p> <p>Motocross à l'ancienne : aucun chiffre</p> <p>Fête des vendanges du Vully : comité (1t)</p> <p>Chenevières-sur-Scène : comité (1t)</p> <p>Route gourmande: Vully tourisme(1t)</p>
----------------------	---	---	---	---	--

		<p>Fête médiévale: comité, OT impliqué(q)</p> <p>La ferme en ville: comité d'organisation, 1 personne de l'OT s'occupe du marché(r)</p>	<p>Groupement de tir historique de Morat (1j)</p> <p>Traversée du lac : Société de sauvetage du Vully (2a)</p> <p>Wakeandjam : comité (2h)</p> <p>Musique classique en vieille ville : OT</p> <p>Cinéma open air : Open Air Kino Luna AG en collaboration avec Eventservice Bern. (u)</p> <p>Fête de ville : OT(1u)</p> <p>1er août : commune(1u)</p> <p>Triathlon du Seeland: comité (1u)</p> <p>Murten Classics : Direction du festival et comité (1i)</p> <p>Nuit des saveurs : OT(1u)</p> <p>Morat-Fribourg : comité(1g)</p>		
Nb de participants	<p>Steelband: 1500(2b)</p> <p>Tracteur Pulling:</p>	<p>Itinéraire de crèches: 5'000</p> <p>Marché de Noël:</p>	<p>Semaine culturelle à l'hôtel Murten : aucun chiffre</p>	<p>Carnaval : 2000-3000</p> <p>Slow up : 18'000</p> <p>Avenches Opéra : 5000</p>	<p>Vully blues festival : 1800</p> <p>Caves ouvertes du Vully</p>

	<p>170 participants et 4000 visiteurs (1s) 1er août: 2000(2j)</p>	<p>Carnaval: aucun chiffre L'énigme du lapin de Pâques: 1000 enfants, environ 3000 avec parents Ludimaniak: 4500 Elsabike Trophy: 1'353 participants, estimation de 1,5 spectateur pour 1 participant: soit 2030 spectateurs Festival des roses:15'000 Le marché staviacois: 5000 Swatch Free4style: 20'000 Swing in the wind: plus de 800 spectateurs Estival Open Air: entre 11000 et 12000 Brocante en Plein Air: 5'000 à 10'000 visiteurs, dépend de la météo La Bénichon à : 1000 inclus les gens du concours Artephile: 3000</p>	<p>Marché aux truffes : 5000 Marché de la St-Martin : 10'000 Murten on Ice : 12'000 Marché de Noël : 40'000 Carnaval: 20'000 Slow up : 18'000 Brocante d'artisanat d'art : 2'000/samedi, soit environ 12'000 Marché de mai : 10'000 Surfclassic : aucun chiffre Solennité : 10'000 Tir historique: 10'000 Traversée du lac : 230 participants, et environ 200 Wakeandjam : 18'000 Musique classique en vieille ville : 8'000 Cinéma open air : 7'000 en 2014, 10'000 en 2013 Fête de ville : 10'000 1er août: 30 à 40'000</p>	<p>spectateurs par soir, soit un total de 45'000 spectateur Rock oz'arènes : 40'000 Avenches Tatoo : 21'000 Equus Helveticus: 18'000 personnes et plus de 1000 chevaux. (1c)</p>	<p>: aucun chiffre Foulée du Vully : 602 Balade gourmande du Vully : 1400 Motocross à l'ancienne : aucun chiffre Fête des vendanges du Vully : aucun chiffre Chenevières-sur-Scène : 90 Route gourmande: 1000 (a)</p>
--	---	---	--	--	---

		Fête médiévale: 4-5000 La ferme en ville: 4000 (z)	Triathlon du Seeland : 959 participants Murten Classics : Nuit des saveurs : 10'000 Morat-Fribourg : 8'000 (1w)		
Durée moyenne des festivals	1 jour et demi	6 jours	9 jours	4 jours	1 jour et demi (sans compter Chenevières-sur-Scène, seul événement qui dure 1 mois)
Participants dorment sur place	Steelband: oui (2b) Tracteur Pulling: oui (1x) 1er août: non (2j)	Itinéraire des crèches: oui(z) Marché de Noël: non(z) Carnaval: non (1z) L'énigme du lapin de Pâques: oui (z) Ludimaniak: non (1b) ElsaBike Trophy: oui (i) Festival des roses: oui exposant et public viennent de loin (x) Le marché staviacois: oui, les exposants viennent de l'étranger ils dorment dans des mobilhomes ou à l'hôtel (z)	Semaine culturelle à l'hôtel Murten : non Marché aux truffes : oui, attire un marché de niche, ils viennent de loin(1w) Marché de la St-Martin : non(1w) Murten on Ice : non, mais pousse les excursionnistes à venir(1w) Marché de Noël : non(1w) Carnaval : non(1w) Slow up : oui(1y) Brocante d'artisanat	Carnaval : non Slow up : oui Avenches Opéra : oui, Rock oz'arènes : oui Avenches Tatoo : oui Equus Helveticus: oui (1c)	Vully blues festival : oui Caves ouvertes du Vully : oui Foulée du Vully : aucune info Balade gourmande du Vully : oui, peu Motocross à l'ancienne : aucune info Fête des vendanges du Vully : non Chenevières-sur-Scène : aucune info Route gourmande: oui, peu (a)

		<p>Swatch Free4style: probablement, puisque certains des compétiteurs sont étrangers et le site met à disposition des informations pour dormir sur place. (2c)</p> <p>Swing in the wind: oui, rien que les artistes remplissent 1 hôtel (2d)</p> <p>Estival Open Air: oui(t)</p> <p>Brocante en Plein Air: non (z)</p> <p>La Bénichon: oui (z)</p> <p>Artephile: oui, les peintres viennent de l'étranger, le public aussi (d)</p> <p>Fête médiévale: oui, artistes et artisans viennent de loin</p> <p>La ferme en ville: oui (q)</p>	<p>d'art : non(1w)</p> <p>Marché de mai : non(1w)</p> <p>Surfclassic : oui (f)</p> <p>Solennité : oui(1w)</p> <p>Tir historique : non(1j)</p> <p>Traversée du lac: oui, il y a une dizaine de participants qui viennent de France et d'Allemagne. (2a)</p> <p>Wakeandjam : Oui (2h)</p> <p>Cinéma open air : OT propose une offre spéciale avec un combinaison d'une nuit à Morat et un ticket de cinéma(u)</p> <p>Fête de ville : non(1w)</p> <p>1er août : non(1w)</p> <p>Triathlon du Seeland : oui(1w)</p> <p>Murten Classics : oui(1i)</p> <p>Nuit des saveurs: non(1w)</p> <p>Morat-Fribourg : oui(1g)</p>		
--	--	--	--	--	--

Prix	Steelband: 15.- (2b) Tracteur pulling: gratuit pour visiteurs et paiement pour les participants (1x) 1er août : gratuit (2j)	Swatch free4style: 15.- par jour (2c) Swing in the Wind: 12.- par jour Estival open air: environ 50.- par jour sauf le 1er août, fête nationale(t) Tout le reste gratuit	Murten on ice: 5.- Open Air: 16.- le film(u) Morat-Fribourg: autour de 35.- (dépend de la course choisie) (1g) Murten classic: aucun chiffre Wakeandjam: 40.- (2h) Surfclassic: 25.- (f) Tout le reste gratuit	Avenches Opéra: 95-180 .- Rock oz'Arène: Environ 50.- Avenches Tatoo: 40-150.- Equus Helveticus: gratuit	Vully Blues Festival: 30.- Caves ouvertes: entrée libre La foulée du Vully: 5.- d'inscription, Route gourmande: 48.- Balade gourmande: 65.- Chenevières-sur-Scène : paiement du repas
Communication des loisirs					
Présence d'information touristique sur le site de l'administration communale ou sur le site internet dédié au tourisme propre à la commune					
Nom de domaine	www.cudrefin.ch	non, le site de la commune ne fait état que des choses administrative, pour le tourisme, il renvoie le client au site internet de l'office régional d'Estavayer-Payerne	non, le site de la commune ne fait état que des choses administrative, pour le tourisme, il renvoie le client au site internet de l'office régional de Morat Tourisme	Non, le site internet de l'administration renvoie au site internet du tourisme d'Avenches soit : www.avenches.ch (ce site est propre à la commune)	http://www.vully-les-lacs.ch les sites internet des communes du Haut-Vully et Bas-Vully ne font que renvoyer le touriste vers le site de l'OT du Vully.
Langue du site	français			trilingue	français
Information sur l'offre de loisir disponible sur le site	Oui			oui	oui

Disponible après combien de clics	Après 2 clics			Après 2 clics	Après 2 clics
Description des activités	Non			oui	petite description
Information sur les prestataires directement sur le site	seulement leurs sites internet			oui	non, il y a seulement un lien pour le camping de Salavaux
Situation géographique des prestataires	Non			oui	non
Réservation	Non			oui pour les visites guidées	non
Site internet adapté aux smartphones	Non			oui	non
Vidéo promotionnelle	Non			non	non
Présence de l'offre sur un site internet d'un office du tourisme régional					
Nom de domaine	NON	http://www.estavayer-payerne.ch	http://www.murtentourismus.ch/fr/	http://www.murtentourismus.ch/fr/Region/Avanches.html	http://www.levully.ch (Le Vully est également présent sur le site de Morat Tourisme), http://www.murtentourismus.ch/fr/
Langue du site		trilingue	trilingue	trilingue	Levully.ch: bilingue Morat Tourisme:

					trilingue
Disponible après combien de clics		2 clics	2 clics	2 clics	2 clics
Description des activités		oui	oui	oui mais peu car seuls deux activités sont répertoriées sur le site: Musée Romain et Plage d'Avenches	oui
Information sur les prestataires directement sur le site		oui	oui, à noter que parfois les coordonnées pour certains événements manquent	oui pour le musée	oui
Situation géographique des prestataires		non	non juste l'adresse des prestataires	non juste l'adresse des prestataires	non juste l'adresse des prestataires
Réservation		Non, mais il y a toutes les coordonnées nécessaire pour appeler ou envoyer un email pour réserver. Pour les sports nautiques, il est possible de réserver en ligne mais directement sur le site du prestataire, soit Alphasurf	non	non	non

Site internet adapté aux smartphones		oui	oui	oui	oui
Vidéo promotionnelle		oui, mais la vidéo a été réalisée pour faire la promotion de toute la région et non pas seulement d'Estavayer	Certaines activités bénéficient de leurs propres vidéos promotionnelles. Tous les reportages sur les événements sont également mis en ligne	non	non
La commune affiche le logo d'une association ou organisme d'envergure nationale ou cantonale visible sur son site internet ?					
Nb de logos affichés	Aucun logo sur les deux sites internet. La commune fait principalement partie d'associations régionales à quelques exceptions mais ce sont des associations qui bénéficient d'une notoriété moindre. (j)	5(r)	3(1u)	3(2k)	Levully: 3 Morat Tourisme: 3 (voir colonne précédente) (1t)
Noms des associations		Label Qualité, Vaud région du Léman, Jura Trois Lacs, Suisse tout naturellement, Fribourg Région(r)	Label Qualité, Jura Trois Lacs, Fribourg Région (1u)	Label Qualité, Suisse tout naturellement, Vaud région du Léman (2k)	Label qualité, Jura Trois Lacs et Fribourg Région (1t)

<p>Présence de la commune sur le site internet de l'association?</p>	<p>La commune apparait sur le site de l'OTV sans payer de cotisations. (2n)</p>	<p>Label 2Q (=qualité de la direction) : les coordonnées de l'OT apparaissent sur le site internet du Label Qualité. (w) Vaud région du Léman : après 3 clics, les grandes lignes des activités disponibles à Estavayer sont présentées. Après 2 clics les coordonnées de l'OT sont disponibles. (2n) Jura 3 Lacs: possibilité de voir l'offre en sélectionnant une région qui fait partie de JTL, redirection sur le site de l'OT pour plus de détails et liens directs vers les prestataires de service (2o) Suisse tout naturellement: pour des infos sur Estavayer, on est redirigé vers</p>	<p>Label 1Q (=qualité du service) : les coordonnées de l'OT apparaissent sur le site internet du Label. (w) Jura 3 Lacs: possibilité de voir l'offre en sélectionnant une région qui fait partie de JTL, redirection sur le site de l'OT pour plus de détails et liens directs vers les prestataires de service (2o) Fribourg région: après 2 clics les infos sur Morat sont présentées, pour plus de détails, redirection sur le site de Morat Tourisme (1a)</p>	<p>Label 1Q (=qualité du service) : les coordonnées de l'OT apparaissent sur le site internet du Label. (w) Vaud région du Léman : après 3 clics, les grandes lignes des activités disponibles à Avenches sont présentées. Après 2 clics les coordonnées de l'OT sont disponibles. (2n) Suisse tout naturellement : après 4 clics, Avenches et Payerne sont regroupé comme une région. Une description de la destination et les coordonnées des OTs sont disponibles. Les points forts, les tops events et les actualités sont disponibles sous la description, mais l'offre de loisir directement liée à Avenches n'est pas disponible (2p)</p>	<p>Label 1Q (=qualité du service) : Vully Tourisme ne s'affiche pas dans le moteur de recherche du label Levully (w) Jura 3 Lacs: le site www.levully.ch n'est pas répertorié sur le site de JTL, toutefois on trouve deux activités disponibles dans la région: balade au Mont-Vully et les caves du Vully. L'adresse du site internet www.levully.ch n'est visible nulle part, seul le site de Morat Tourisme est visible et c'est ce dernier qui renvoie à www.levully.ch (2o) Fribourg région: sous <i>nos régions</i>, si on clique sur Morat, les destinations de la région de Morat apparaissent. Vully Tourisme y est répertorié. Les caves et les sentiers viticoles sont également visibles sous</p>
---	---	---	--	---	---

		Fribourg Région (2p) Fribourg région: après 2 clics les infos sur Estavayer sont présentées, pour plus de détails, redirection sur le site d'Estavayer-Payerne Tourisme (1a)			<i>Activités à faire.</i> (1a) Vaud région du Léman : Les sentiers viticoles et le vignoble du Vully ainsi que les spécialités du terroir avec le gâteau du Vully apparaissent. (2n)
Après combien de clics?		tous entre 2 et 5 clics	tous entre 2 et 5 clics	tous entre 2 et 5 clics	tous entre 2 et 5 clics
Liens pour le site de l'OT		oui	oui	oui	oui
Brochures/prospectus					
Nombre	2(k)	10 (seuls 3 sont totalement dédiées à Estavayer-le-lac) (s)	13(1v)	7(2l)	Vully-les-Lacs et le Vully apparaissent dans plusieurs brochures mais seule deux leurs sont totalement dédiées. Une infographie du Vully existe également. (a)
Langues	Trilingues(k)	Trilingues : 3 Bilingue : 1 Disponibles en 3 langues séparément : 6 (s)	Trilingue : 3 Bilingues : 1 Disponibles en 3 langues séparément : 6 Français : 1 Sans texte : 2 (1v)	Trilingues : 3 Disponibles en 3 langues séparément : 3 Sans texte : 1 (2l)	Trilingue : 1 Bilingue : 1 Sans texte : 1 (2m)

Contenu	Descriptions du lieu et de son caractère, quelques images. (k)	<p>Info générales: description texte, avec coups de cœurs des activités et images</p> <p>Info guide: comme un petit guide la région, peu d'image mais un concentré d'information pratiques</p> <p>QR codes: une photo et un QR code pour chaque poste, quelques textes descriptifs générales sur la ville</p> <p>Visite et découverte: peu de photos, information essentiellement pratique, courte description</p> <p>Calèches: rapide explication du parcours, quelques photos</p> <p>Cyclotour: deux cartes qui définissent des chemins, explications et photos qui accompagnent les cartes.</p>	<p>Hébergements: ce sont principalement des description d'hébergements et coordonnées, une à deux photos par hébergement</p> <p>Visite guidée: Images et petites description, info pratiques</p> <p>Visite guidée publiques: 1 photo, une description et infos pratique pour chaque visite</p> <p>Morat à découvrir: beaucoup de texte explicatif quelques images</p> <p>Chasse au trésor: images et questions, à remplir soi-même</p> <p>Activités et excursions dans la région: un petit paragraphe pour chaque excursions, avec une photo et les infos pratiques</p> <p>Carte vélo: juste une</p>	<p>Avenches, la ville romaine: deux pages, beaucoup de texte quelques photos, plan de situation de la ville et infos pratiques</p> <p>Avenches la ville médiévale: Beaucoup de photos, petite description pour chaque bâtiment, plan de situation pour réaliser une circuit de découverte</p> <p>Avenches plan de la ville: juste une carte</p> <p>Avenches la magie des arènes: description de la ville et de ce qu'on peut y faire, beaucoup de texte et de grandes images</p> <p>Camping-port-plage Avenches: grandes images, peu de texte, infos pratiques et plan d'accès (2l)</p>	<p>Vully-les-Lacs : cartographie avec les restaurants, commerces et caves à voir. Description de la région.</p> <p>Sentier du Vully : beaucoup de texte, peu de photo, une carte pour se situer, tableau des choses à visiter et liste à puce d'explications. (2m)</p>
----------------	--	--	---	--	--

		<p>La Broye pas à pas: idées de promenades avec une carte, des description et photos accompagnent la carte, le texte est important car à pied on a le temps de consulter le document. Dédié à des personnes plus âgées.</p> <p>Grande Cariçaille: carte de la réserve et des environs d'Estavayer, avec les points de vue ainsi que les espèces que l'on peut trouver dans la réserve. Explications et photos (s)</p>	<p>carte</p> <p>Infrastructure pour event: juste une photos avec la place disponible et les coordonnées</p> <p>Plaquette de présentation: beaucoup d'images et quelques textes descriptifs</p> <p>Infoguide: beaucoup d'images et de publicités sur les choses à faire dans la région (1v)</p>		
Date de création la plus récente	2004(k)	2014 (s)	2014(1v)	2004(2l)	2005 (a)
Disponibles sur internet	Non(k)	Oui(s)	Oui (1v)	oui sauf cyclotourisme dans la Broye et IENA (2l)	Non (2m)
Possibilité de les commander	Non(k)	oui (s)	Non (1v)	Oui (2l)	Non (2m)

Information disponible sur les offres de loisirs	Peu de détail seulement une petite description de ce qu'on peut faire à Cudrefin(k)	oui (s)	Non : 3 brochures Oui : 8 brochures (2 sans textes) (1v)	oui (2l)	Oui (2m)
Information pratiques sur les prestataires	Aucune(k)	Toutes sauf 4 (s)	Toutes sauf 7 (1v)	Toutes sauf 2(2l)	Un oui, l'autre non (2m)

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

- a. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)
- b. Alphasurf. (2014). *Alphasurf*. Récupéré sur Alphasurf: <http://www.alphasurf.ch/fr/>
- c. Alphavoile. (2014). *Alphavoile - cours de voile et moteur à Estavayer*. Récupéré sur Alphavoile: <http://www.alphavoile.ch/>
- d. Artephile. (2014). *Artephile*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Artephile: <http://www.artephile.ch/fr/pages/>
- e. Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Estavayer-le-Lac (FR)*. Récupéré sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique229>
- f. Bise Noire. (2014). *La Bise Noire Murten*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Bise Noire: <http://www.bisenoire.ch/>
- g. Bowling Muntelier. (2014). *Bowling Muntelier*. Récupéré sur Bowling Muntelier: <http://www.bowlingmuntelier.ch>
- h. Cavalca. (2014). *Cavalca*. Récupéré sur Cavalca: <http://www.cavalca.info/>
- i. Chassot Concept SA. (2014). *Elsa Bike Trophy*. Consulté le 15 novembre, 2014, sur Elsa Bike Trophy: <http://www.elsabiketrophy.ch/>
- j. Commune de Cudrefin. (2014). *Situation*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=15>
- k. Commune de Cudrefin. (2004). *Cudrefin*. Cudrefin. Bienne, Suisse: Weber.
- l. Commune de Morat. (2014). *Murten Online*. Consulté le 15 novembre, 2014, sur Gemeinde Murten: <http://www.murten-morat.ch/de/>

- m. Commune d'Estavayer-le-Lac. (2014). *Administration*. Consulté le 10 novembre, 2014, sur Commune d'Estavayer-le-Lac: http://www.estavayer-le-lac.ch/net/net_estavayer.asp?NoOFS=2015&NumStr=120
- n. Dakotahof Murten. (2014). *Willkommen auf dem Dakotahof Murten*. Récupéré sur Dakotahof Murten: <http://www.pferdetrekking.ch/>
- o. Drei Seen Schifffahrt Vully. (2014). *Drei Seen Schifffahrt Vully*. Récupéré sur Drei Seen Schifffahrt Vully: <http://dreiseenschifffahrt.ch/natur-pur-grande-caricaie-26-10-2014/?lang=fr>
- p. Esprit Ballon. (2014). *Fascinant vol en ballon*. Récupéré sur Esprit Ballon Team: <http://www.esprit-ballon.ch/>
- q. Estavayer 1470. (2014). *Fête Médiévale à Estavayer-le-Lac*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur Estavayer 1470: <http://www.estavayer1470.ch/>
- r. Estavayer Payerne et région. (2014). *Manifestations principales*. Consulté le 18 novembre, 2014, sur Estavayer Payerne et région, l'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/Events-News/Manifestations-principales.html>
- s. Estavayer-Payerne et Région. (2014). *Brochures*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et Région: L'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/infos-pratiques/Brochures.html>
- t. Estivale. (2014). *Estivale Open Air 2015*. Consulté le 20 novembre, 2014, sur Estivale: <http://www.estivale.ch/estivale2015/>
- u. Eventservice Bern. (2014). *Openairkino Murten*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Open Air Kino Murten : <http://www.openairkino-murten.ch/de/kontakt/>
- v. Expodrom. (2014). *Expodrom Indoor Karting und Offroad Karting in der Schweiz*. Récupéré sur Expo Drom: <http://www.expodrom.ch/>
- w. Fédération suisse du tourisme. (2014). *Recherchez ici les entreprises labélisée et les personnes formées*. Récupéré sur Fédération suisse du tourisme: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=2320
- x. Loetscher, A. M. (2014). *Festival des Roses*. Consulté le 4 décembre, 2014, sur Festival des Roses: <http://www.festivaldesroses.ch/participants>
- y. Kunsthandwerk Brocante. (2014). *Home Murten Brocante*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Kunsthandwerk Brocante Morat/Murten: <http://www.murtenbrocante.ch/f/home.php>
- z. (L. Mollard, CP, 31 octobre 2014)
- 1a. Fribourg Tourisme. (2014). *Tourisme, vacances, voyages*. Récupéré sur Fribourg Région: <http://www.fribourgregion.ch/fr/>

- 1b. LudiMania'k. (2014). *Ludimaniak2014*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur LudiMania'k Festival du jeu Estavayer-le-Lac: <http://www.ludimaniak.ch/fr/>
- 1c. (M. Meystre, CP, 25 novembre 2014)
- 1d. Marine Solutions. (2014). *Marine Solutions*. Récupéré sur Marine Solutions: <http://www.marinesolutions.ch/>
- 1e. Minigolf Club de Estavayer-le-Lac. (2014). *Bienvenue sur le site du Minigolf d'Estavayer-le-Lac*. Récupéré sur Minigolf Club de Estavayer-le-Lac: <http://www.minigolfesta.ch/minigolf-estavayer-le-lac/index.php>
- 1f. Mobileo. (2014). *Bienvenue*. Récupéré sur Mobileo Segway Mobility Schweiz: www.mobileo.ch
- 1g. Morat-Fribourg. (2014). *Morat-Fribourg, la classique moderne!* Consulté le 15 novembre, 2014, sur Morat-Fribourg: <http://www.morat-fribourg.ch/francais/default.aspx>
- 1h. MS Jolimont. (2014). *Historisches Passagier-Motorschiff*. Récupéré sur MS Jolimont: http://www.1910.ch/ms-jolimont.ch/MS_JOLIMONT.html
- 1i. Murten Classics. (2014). *Murten Classics*. Consulté le 1 novembre, 2014, sur Murten Classics: <http://www.murtenclassics.ch/>
- 1j. Murtenschiessen. (2014). *Willkommen*. Consulté le 8 novembre, 2014, sur Murtenschiessen - Tir Historique de Morat: <http://www.murtenschiessen.ch/>
- 1k. Murtenseeinfo. (2014). *www.murtenseeinfo.ch*. Récupéré sur Murtenseeinfo: <http://murtensee.info/63/Bootsfahrten/Partyboot.html>
- 1l. Museum Murten. (2014). *Permanente*. Récupéré sur Museum Murten Musée Morat: <http://www.museummurten.ch/fr/category/expositions/permanente/>
- 1m. Nautic Technic AG. (2014). *Page d'accueil*. Récupéré sur Nautic Technic AG: <http://www.nautic-technic.ch/fr/page-daccueil.html>
- 1n. Navigation Lacs de Neuchâtel et Morat SA. (2014). *Horaires*. Consulté le 28 octobre, 2014, sur Navig: <http://www.navig.ch/pdfhoraire/horaire14ete.pdf>
- 1o. Olagomio. (2014). *Olagomio original swiss brand*. Récupéré sur Olagomio: <http://www.olagomio.ch/>
- 1p. Piscine de Morat. (2014). *Piscine couverte, pleine - air et plage de la région de Morat*. Récupéré sur: <http://www.piscine-morat.ch/>
- 1q. Powder Up. (2014). *Home*. Récupéré sur Powder Up: <http://www.powderup.ch/index.php/en>
- 1r. Publi Bike. (2014). *Comment ça marche*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Publi Bike: <https://www.publibike.ch/fr/comment-ca-marche.html>

- 1s. Radio Télévision Neuchâtel. (2014). *Le tracteur pulling de Cudrefin fait le plein*. Consulté le 20 Novembre, 2014, sur RTN 1984-2014: <http://www.rtn.ch/rtn/Actualites/Regionale/20120916-Le-Tracteur-pulling-de-Cudrefin-fait-le-plein.html>
- 1t. Vully Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Vully Riviera Fribourgeoise: <http://www.levully.ch/fr/nouveautes-evenements/manifestations-principales.html>
- 1u. Morat Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Région Lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/nouveautes-evenements/manifestations-principales.html>
- 1v. Morat Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Région Lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/media/broschueren/broschueren-region-murtensee.html>
- 1w. (S. Moret, CP, 4 novembre 2014)
- 1x. Schweizer Tractor Pulling Vereinigung. (2014). *Schweizer Tractor Pulling Vereinigung*. Consulté le 10 novembre, 2014, sur STPV: <http://www.tractorpulling.ch/aktuell/francais.html>
- 1y. SlowUp. (2014). *SlowUp Murtensee Lac de Morat*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur <http://www.slowup-murtensee.ch/cms21/showlinx.asp?id=70&lang=1>
- 1z. SOCAREST. (2014). *Le carnaval d'Estavayer-le-Lac, édition 2014*. Consulté le 15 novembre, 2014, sur Le carnaval d'Estavayer-le-Lac: <http://www.carnavalestavayer.ch/>
- 2a. Société de sauvetage du Vully. (2014). *Traversée du Lac de Morat*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Société de sauvetage du Vully: <http://www.sauvetagevully.ch/>
- 2b. Société des Pampana's. (2014). *Presse*. Consulté le 16 novembre, 2014, sur Internation Steelband Festival: <http://www.festivalsteelband.ch/index.php/fr/presse>
- 2c. Swatch Free4Style. (2014). *Home*. Consulté le 17 novembre, 2014, sur Swatch Free4Style: <http://www.free4style.com/>
- 2d. Swing in the Wind. (2014). *Accueil*. Consulté le 14 novembre, 2014, sur Swing in the Wind: <http://www.swingin.ch/2015/>
- 2e. Tennis Club Estavayer-le-Lac. (2014). *Tennis Club Estavayer-le-Lac*. Récupéré sur Tennis Club Estavayer-le-Lac: <http://www.tennis-estavayer-le-lac.ch/>
- 2f. Tennis & Squash Center Murten. (2014). *Tennis & Squash Center Murten*. Récupéré sur Tennis & Squash Center Murten: http://www.tsc-murten.ch/index.php?de_deutsch
- 2g. Vonlanthen, O., & Cosendai, A. (2014). *Balade en char à fondue*. Récupéré sur Balade en char à fondue: <http://www.charafondue.ch/>
- 2h. Wake+Jam. (2014). *Wake+Jam 3. bis 5. Juli 2015*. Consulté le 5 novembre, 2014, sur Wake+Jam Festival Murten : <http://www.wakeandjam.ch/>

2i. Analyse personnelle d'après recherches lors du TB

2j. (B. Burri, CP, 20 novembre 2014)

2k. Avenches Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Avenches Tourisme: <http://www.avenches.ch/fr/manifestations/manifsprincipales>

2l. Avenches Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Avenches Tourisme: <http://www.avenches.ch/fr/page.cfm/brochurestomas>

2m. Vully Tourisme. (2005). *Sentier du Vully*.

2n. Office du Tourisme du Canton de Vaud. (2014). *Vacances, voyages, excursions,...* Récupéré sur Vaud Région du Léman: <http://www.region-du-leman.ch/fr/index.cfm>

2o. Jura Trois Lacs. (2014). *Bienvenue sur le site officiel de Jura Tourisme*. Consulté le 25 octobre, 2014, sur Jura Trois Lacs Drei-seen-Land: <http://www.juratourisme.ch/fr/accueil.html>

2p. My Switzerland. (2014). *Voyages, vacances, congrès*. Récupéré sur Suisse tout naturellement: <http://www.myswitzerland.com/fr-ch/accueil.html>

Annexe IX : Évaluation des événements des communes étudiées dans le benchmark

Le tableau d'évaluation des événements permet de définir la commune la plus douée en termes de gestion d'événement sur la base de critères généraux. Les notes attribuées vont de 1 à 5, 1 étant le plus médiocre, 5 étant le meilleur.

Tableau 12: Tableau d'évaluation des événements étudiés à travers le benchmark

Critères	Cudrefin	Estavayer-Le-Lac	Morat	Avenches	Vully-les-Lacs/Le Vully
Nombre d'événements	3(b) 1 point	16 (c) 4 points	21(d) 5 points	6 (a) 2 points	7(e) 2 points
Nombre d'événement de renommée régionale voir nationale	0 (b) 0 point	2 (c) 2 points	3(d) 3 points	5(a) 5 points	2(e) 2 points
Nombre moyen de participants aux événements	2'500 (b) 2 points	5'415 (c) 3 points	12'000 (d) 4 points	23'000(a) 5 points	980(e) 1 point
Périodicité des événements	1x juillet + 1x tous les 2 ans au mois de septembre (b) 1 point	De décembre à septembre, mais surtout au mois de juillet (c) 4 points	Toute l'année, mais surtout de mai à septembre(d) 5 points	De mars à septembre (a) 3 points	De mai à novembre(e) 2 points
Nombre d'événements qui poussent les participants à dormir sur place	2/2 (b) 5 points	12/16(c) 3 points	8/21(d) 2 point	5/6 (a) 5 points	4/7(e) 4 points

Moyenne des prix des événements	5.- (b) 4 points	5.-(c) 4 points	6.- (d) 4 points	48.- (a) 1 point	21.- (e) 2 points
Total des points	13	20	23	21	18

Source : Tableau de l'auteur d'après le Tableau 11 : Tableau benchmark et plus précisément des sources suivantes :

- a. (Avenches Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Avenches Tourisme: <http://www.avenches.ch/fr/manifestations/manifspincipales>)
- b. (Commune de Cudrefin. (2014). *Agenda*. Récupéré sur Cudrefin: <http://cudrefin.ch/index.php?id=90>)
- c. (Estavayer Payerne et région. (2014). *Manifestations principales*. Consulté le 18 novembre, 2014, sur Estavayer Payerne et région, l'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/Events-News/Manifestations-principales.html>)
- d. (Morat Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Région Lac de Morat: <http://www.murtentourismus.ch/fr/nouveautes-evenements/manifestations-principales.html>)
- e. Vully Tourisme. (2014). *Manifestations principales*. Récupéré sur Vully Riviera Fribourgeoise: <http://www.levully.ch/fr/nouveautes-evenements/manifestations-principales.html>)

Annexe X : Buts premiers des sites internet étudiés dans le benchmark

Tableau 13: Récapitulatif des buts des sites internet étudiés à travers le benchmark

Communes	Nom de domaine des sites internet délivrant de l'information touristique relative à la commune	But premier du site internet
Cudrefin	www.cudrefin.ch	Administration
Vully-les-Lacs	www.vully-les-lacs.ch www.murtentourismus.ch	Administration tourisme
La région du Vully fribourgeois : communes du Haut-Vully et Bas-Vully	www.levully.ch	tourisme
Avenches	www.avenches.ch	Tourisme
Estavayer-le-Lac	www.estavayer-payerne.ch	Tourisme
Morat	www.murtentourismus.ch	Tourisme

Source : Tableau de l'auteur

Annexe XI : Récapitulatif des logos d'organisations touristiques apparaissant sur les sites internet des communes étudiées dans le benchmark.

Tableau 14: Logos visibles sur les sites internet des communes étudiées à travers le benchmark

Communes	Logos
www.estavayer-payerne.ch	
www.murtentourismus.ch	
www.avenches.ch	
www.levully.ch	

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

a. Avenches Tourisme. (2014). *Infos touristiques*. Récupéré sur Avenches Tourisme:

<http://www.avenches.ch/fr/>

b. Estavayer Payerne Région. (2014). *Tourisme, vacances, voyages*. Récupéré sur Estavayer Payerne et Région, l'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/>

c. Morat Tourisme. (2014). *Tourisme, vacances, voyages*. Consulté le 4 novembre, 2014, sur Région Lac de Morat Murtensee: <http://www.murtentourismus.ch/fr/>

d. Vully Tourisme. (2014). *Tourisme, vacances, voyages*. Consulté le novembre 4, 2014, sur Vully Riviera Fribourgeoise: <http://www.levully.ch/fr/index.cfm>

Annexe XII : Évaluation des brochures et prospectus des communes étudiées dans le benchmark

Le tableau d'évaluation ci-dessous permet de définir la commune la plus douée en terme de production de brochures et prospectus sur la base de critères généraux. Les notes attribuées vont de 1 à 5, 1 étant le plus médiocre, 5 étant le meilleur.

Tableau 15: Tableau d'évaluation des brochures des communes étudiées à travers le benchmark

Critères	Cudrefin	Estavayer-le-Lac	Morat	Avenches	Vully-les-Lacs/ Le Vully
Sujets abordés	Le camping Le village (c) 1 point	La ville Hébergements Infos pratiques Visite Cyclotourisme Randonnée Réserve Naturelle (d) 5 points	Hébergements Visite La ville Randonnée Cyclotourisme Info pratiques (e) 5 points	Site romain La ville Camping Cyclotourisme IENA (b) 3 points	Restaurants Activités (a) 1 point
Langues	Trilingue (c) 5 points	Bilingue : 5 Disponible en 3 langues : 5 (d) 3 points	Français 1 Bilingue : 1 Trilingue : 3 Disponible en 3 langues : 6 Aucune langue : 2 (e) 2 points	Trilingue : 3 Disponible en 3 langues : 3 Aucune langue : 1 (b) 5 points	Trilingue : 1 Bilingue : 1 (a) 3 points
Nombre de	0/2(c)	6/10(d)	6/13(e)	4/6(b)	1/2(a)

brochure qui contiennent des informations pratiques sur les prestataires	0 point	4 points	3 points	4 points	3 points
Date de création la plus récente	2004(c) 1 point	2014(d) 5 points	2014(e) 5 points	2004(b) 1 point	2005(a) 2 points
Disponible sur internet	Non(c) 1 point	Oui(d) 5 points	Oui(e) 5 points	Oui(b) 5 points	Non(a) 1 point
Possibilité de commander en ligne	Non(c) 1 point	Oui(d) 5 points	Non(e) 1 point	Oui(b) 5 points	Non(a) 1 point
Total	9	27	21	23	11

Source : Tableau de l'auteur d'après le Tableau 11 : Tableau benchmark et plus précisément des sources suivantes :

a. (A. Vuilloud, CP, 14 novembre 2014)

b. Avenches Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Avenches Tourisme:
<http://www.avenches.ch/fr/page.cfm/brochurestomas>

c. Commune de Cudrefin. (2004). *Cudrefin*. Cudrefin. Bienne, Suisse: Weber.

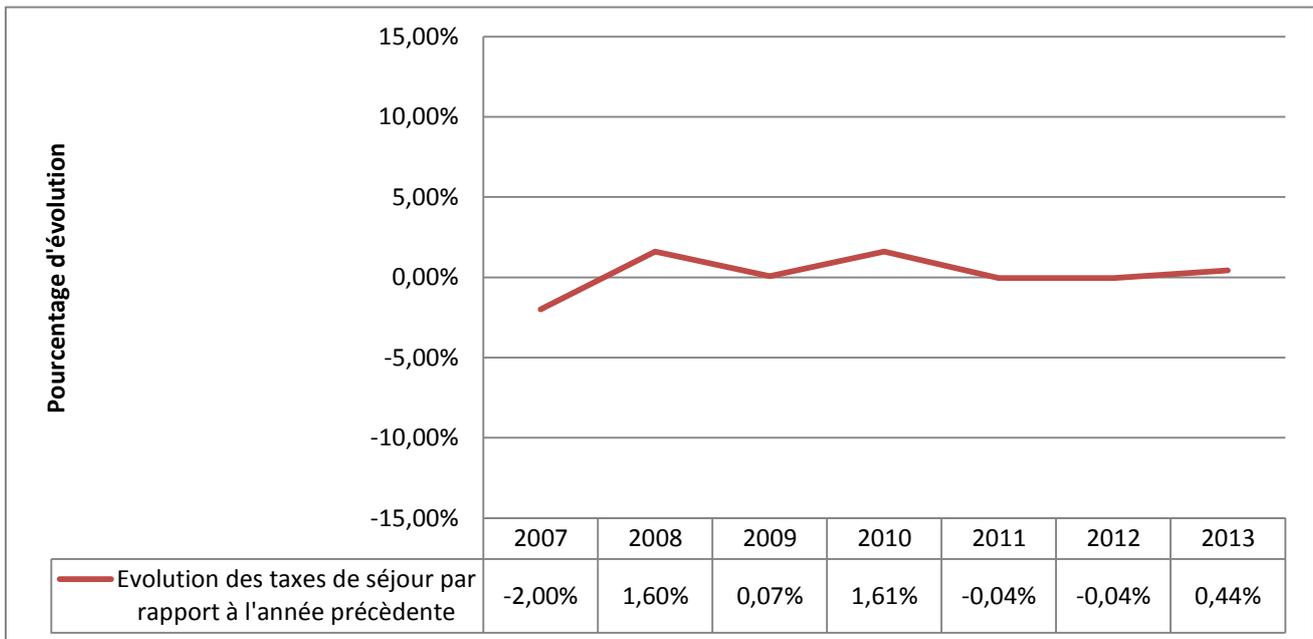
d. Estavayer-Payerne et Région. (2014). *Brochures*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et Région: L'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/infos-pratiques/Brochures.html>

e. Morat Tourisme. (2014). *Brochures*. Récupéré sur Région Lac de Morat:
<http://www.murtentourismus.ch/fr/media/broschueren/broschueren-region-murtensee.html>

Annexe XIII : Évolution des taxes de séjours à Cudrefin

L'évolution des taxes de séjour est basée à chaque fois sur l'année précédente. Ainsi en 2007 il y a eu 2% de taxes de séjour encaissées en moins par rapport à 2006. Les autres années suivent le même fonctionnement.

Figure 12: Evolution des taxes de séjour à Cudrefin



Source : Tableau de l'auteur d'après (B. Burri, CP, 18 novembre 2014)

Annexe XIV : Étapes du cycle d'évolution des destinations d'après R. Butler

Le tableau ci-dessous explique les caractéristiques de chaque étape du cycle d'évolution des destinations de Richard Butler.

Tableau 16: Etapes du cycle d'évolution des destinations d'après R. Butler

Exploration	Quelques touristes aventureux, presque aucune infrastructure touristique, contacts avec les indigènes importants (peut être la motivation du voyage). Aucun impact sur l'environnement social, économique et naturel.
Involvement	Les touristes arrivent plus nombreux, apparitions des premières infrastructures touristiques, en partie ou totalement, dédiées au tourisme. Durant cette phase, le nombre de touriste augmente, mais les contacts avec les indigènes restent fréquents. Les actions marketing commencent pour promouvoir la destination.
Development	Le positionnement de la destination est établi, le marché est définit. La destination se prépare à accueillir encore plus de touristes. Des investissements sont faits pour développer les infrastructures, surtout au niveau de l'hébergement. Certains dirigeants viennent de l'extérieur de la destination. La gestion locale diminue et la participation des étrangers augmente. Les indigènes se sentent envahi et perturbés dans leur vie économique et sociale.
Consolidation	Le taux de croissance du nombre de visiteur diminue mais le nombre total effectif continue d'augmenter. A cette phase il y a plus de touristes que de locaux. L'économie du lieu est dépendante du tourisme. Des actions sont entreprises pour étendre la saison touristique. Les indigènes se plaignent du tourisme qui envahi totalement leurs activités.
Stagnation	La quantité de touriste maximale et la capacité totale des infrastructures sont atteintes. Seuls les touristes les plus loyaux reviennent dans la destination. Les impacts économiques, sociaux et environnementaux sont importants. Il y a beaucoup de concurrence. La destination a des difficultés à maintenir ses parts de marché.
Decline	La destination n'arrive plus à se différencier face à la concurrence. Ses

	parts de marché diminuent. Les touristes se rendent dans la destination pour des courts séjours. Les infrastructures touristiques sont dénaturées et utilisées à des fins non-touristiques. La destination se retire petit-à-petit du marché touristique.
Rejuvenation	cette phase ne peut avoir lieu que si la destination repense totalement son activité. Soit il y a une mise en place d'attractions touristiques ex-nihilo, soit l'exploitation de ressources naturelles laissées de côté auparavant. La destination doit changer son image en redéfinissant son positionnement sur le marché touristique. Le marketing est vivement utilisé.

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

a. Butler, R. W. (1980, janvier 24). *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*. The Canadian Geographer, pp. 6-12. Récupéré sur <http://aaronluman.com/articles/CycleOfEvolution.pdf>

b. Haine, P. (2010). *Tourism Area Life Cycle : défi et enjeux du 21ème siècle*. Bruxelles: Université Libe de Bruxelles.

Annexe XV : Routes cyclables balisées dans la région de Cudrefin

La cartographie ci-dessous comprend les chemins balisés de vélos ainsi que ceux dédiés à la randonnée pédestre dans la région de Cudrefin.

Figure 13: Cartographie des chemins balisés par SuisseMobile



Source : Estavayer-Payerne et Région. (2014). *Brochures*. Consulté le 3 novembre, 2014, sur Estavayer-le-Lac Payerne et Région: L'accord parfait: <http://www.estavayer-payerne.ch/fr/infos-pratiques/Brochures.html>

Annexe XVI : Coûts d'installation d'une station de vélo en libre-service

Publibike®

L'offre a été transmise par Susana Limao, cheffe de produit chez Publibike®. Ces chiffres ne sont pas définitifs. Les montants sont indicatifs. Si le projet venait à se concrétiser, une offre définitive serait établie. Toutefois elle correspond aux besoins de la commune de Cudrefin.

Tableau 17: Coûts de l'installation d'une station Publibike® à Cudrefin

Type de coût	Scénario 1	Scénario 2
Installation :	CHF 40'000.00	CHF 40'000.00
Prix de la station et de l'installation		
Prix des vélos	CHF 17'000.00	CHF 13'000.00
Coûts annuels :	CHF 12'000.00	CHF 12'000.00
- Maintenance et rééquilibrage des stations		
- Service client (hotline 7/7)		
- Communication (graphisme, suivi de production)		
- Assurances (station, vélos)		
- Transfert de données		
- Outils informatique de gestion du réseau/vélos		
- Centrale d'achat pour tous les consommables		
- Formation (exploitants locaux et points de vente)		
- Marketing national		
Entretien de CHF 100.00 par vélo et par an	CHF 700.00	CHF 700.00
Total des coûts pour la première année	CHF 69'700.00	CHF 65'700.00

Source : Tableau de l'auteur d'après (S. Liamao, CP, 28 novembre 2014)

Certains frais ne sont pas inclus dans le tableau car ils ne sont pas compris dans le forfait d'installation de Publibike®. Ils varieront donc en fonction de l'utilisation. Voici les coûts annexes :

- Coûts du terrain
- Frais de permis (permis de construction par exemple)
- Coût de génie civil

- Toit (offre supplémentaire de Publibike®)
- Raccordement électrique
- Consommation d'électricité (environ 100 kWh par an et par E-Bike) (S. Liamo, CP, 25 novembre 2014)

Annexe XVII : Coûts d'installation d'une patinoire en glace synthétique Glice®

L'offre a été transmise par Michael Vettiger, directeur des ventes et du marketing chez Glice®. Le prix correspond à une location d'une patinoire de 200 mètres carrés pour trois mois.

Tableau 18: Coût de location d'une patinoire Glice® pour trois mois

Coûts	Revenu						
<p>La location de la patinoire comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La glace synthétique - Les rambardes - La solution d'entretien 3x5litres - Une affuteuse - Un aspirateur de nettoyage pour la glace - Un sol en caoutchouc à installer au bord de la patinoire pour protéger les patins - 90 patins à glace - 2 étagères en aluminium pour ranger les patins (capacité : 40 patins/étagère) <p style="text-align: right;">CHF 29'592.00</p> <p>Surveillance nocturne du site par Phoenix Security :</p>	<p>Prix d'entrée indicatifs</p> <p>Basé sur les prix d'entrée d'une patinoire de loisirs du canton de Neuchâtel</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Adultes :</td> <td style="text-align: right;">CHF 6.-</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Enfants dès 6 ans :</td> <td style="text-align: right;">CHF 4.-</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">Etudiants / AVS :</td> <td style="text-align: right;">CHF 3.-</td> </tr> </table> <p>Revenu du parking</p> <p>Parking du port : prix unitaire de CHF 5.-</p>	Adultes :	CHF 6.-	Enfants dès 6 ans :	CHF 4.-	Etudiants / AVS :	CHF 3.-
Adultes :	CHF 6.-						
Enfants dès 6 ans :	CHF 4.-						
Etudiants / AVS :	CHF 3.-						

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

a. (M. Vettiger, CP, 19 novembre 2014)

b. Neuchâtel famille.ch. (2014). *Patinoire du Littoral, Neuchâtel*. Consulté le 20 novembre, 2014, sur Neuchâtel famille.ch: <http://www.neuchatelfamille.ch/N170834/patinoire-du-littoral.html>

Annexe XVIII : Étapes du circuit dans la réserve n°7

Chacune des six étapes formant le circuit sont décrites ci-dessous. Les postes ont été imaginés par l'auteur et le biologiste de l'Association de la Grande Cariçaie, Christophe Le Nédic. (C. Le Nédic, CP, 17 novembre 2014). Les points rouges de la figure 15 représentent les lieux des postes d'information.

1. Explications générales sur la Grande Cariçaie : description, buts et importance de la réserve.
2. Explications sur le canal : description des territoires politiques de Fribourg, Bern, Neuchâtel et Vaud qui se touchent à cet endroit, histoire du canal et de son ancienne utilité commerciale.
3. Observation de la zone d'arrêt des oiseaux migrateurs : explication sur les oiseaux migrateurs ainsi que la nidification, explication sur l'importance mondiale de cette zone.
4. Explications sur l'Auberge de la Saugue : histoire du bâtiment, autrefois douane qui contrôlait le transport des marchandises. Explication de ses particularités politique, notamment le fait qu'elle ose délivrer des permis de pêche pour le canal.
5. Explications sur les vaches écossaises : description de leur utilité environnementale pour entretenir les marais.
6. Explications sur l'abaissement des eaux du Jura : description des travaux d'abaissement de 3 mètres des trois lacs. Explication des canaux construits pour le drainage des terres et pour l'évacuation des eaux. (Fondation Grosses Moos)

Figure 14: Postes d'information du circuit de la réserve n°7



Source : Source : (Association de la Grande Cariçaie. (2014). Cartes des réserves de la Grande Cariçaie.

Consulté le 17 novembre, 2014, sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique326>)

Annexe XIX : Étapes du circuit dans la réserve n°6

Chacune des sept étapes formant le circuit sont décrites ci-dessous. Les postes ont été imaginés par l'auteur et le biologiste de l'Association de la Grande Cariçaie, Christophe Le Nédic. (C. Le Nédic, CP, 17 novembre 2014). Les points rouges de la figure 16 représentent les lieux des postes d'information.

1. Explications sur la rainette verte : poste d'observation et d'écoute, description du processus de séduction de la femelle par le mâle, explication sur les bruits émis par la rainette.
2. Explications sur les marais bas : Faune qui les compose (prairie marécageuse, pinèdes, orchidées sauvages au printemps).
3. Explication générales sur la Grande Cariçaie : description de la Grande Cariçaie en générale avec ses buts et son importance ainsi que sa faune et sa flore.
4. Explication du site archéologique de Chabrey Montbec : description du village néolithique sur pilotis classé au patrimoine mondiale de l'UNESCO (visible au poste 5)
5. Poste d'observation officiel de Chabrey.
6. Explication sur la forêt de Plan Bois : description de la faune et la flore qui y habite.
7. Explication sur Cudrefin : description historique du centre du village et des monuments importants.

Figure 15: Postes d'information du circuit de la réserve n°6



Source : (Association de la Grande Cariçaie. (2014). *Cartes des réserves de la Grande Cariçaie*.

Consulté le 17 novembre, 2014, sur Grande Cariçaie: <http://www.grande-caricaie.ch/spip/spip.php?rubrique326>)

Annexe XX : Coûts d'installation des circuits agrémentés de QR codes dans la Grande Cariçaie

Les montants indiqués sont valables pour les deux circuits réunis.

Tableau 19: Coûts d'installation de deux circuits agrémentés de QR codes dans la réserve naturelle de la Grande Cariçaie

Type de coût	Montant
Production et installation des panneaux	CHF 3'500.00
Création des notes audio par le studio Relief à Belfaux	CHF 9'000.00
Création des QR codes par un spécialiste informatique	CHF 3'200.00
Création des textes et traductions : commentaires audio, panneaux et brochure	CHF 5'000.00
Création et impression de la brochure accompagnant les circuits	CHF 10'000.00
Entretien	En fonction des dégâts
Total	<u>CHF 32'500.00</u>

Source : Tableau de l'auteur d'après (L. Mollard, CP, 19 novembre 2014)

Annexe XXI : Article 4 de l'Ordonnance sur la protection des sites marécageux d'une beauté particulière et d'importance nationale

L'article 4 de l'Ordonnance, définit les buts visés par la protection des sites marécageux.

Art. 4 Buts visés par la protection

¹ Dans tous les objets:

- a. le paysage sera protégé contre les modifications qui portent atteinte à la beauté du site marécageux ou à son importance nationale;
- b. les éléments et les structures caractéristiques des sites marécageux seront sauvegardés, notamment les éléments géomorphologiques, les biotopes, les éléments culturels ainsi que les constructions et les structures traditionnelles de l'habitat;
- c. les espèces végétales et animales protégées en vertu de l'art. 20 de l'ordonnance du 16 janvier 1991⁶ sur la protection de la nature et du paysage (OPN), ainsi que les espèces végétales et animales menacées et rares figurant dans les Listes rouges publiées ou approuvées par l'office fédéral seront particulièrement ménagées;
- d. l'exploitation durable et typique des marais et des sites marécageux sera encouragée afin qu'elle puisse être maintenue dans la mesure du possible.

² La description des objets à l'annexe 2 sert aux cantons de base contraignante pour concrétiser les buts visés par la protection.

Source : (Conseil Fédéral Suisse. (2014). *Législation, protection de la nature: Canton de Vaud: site officiel.*

Récupéré sur Canton de Vaud: <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19960215/200812010000/451.35.pdf>

Annexe XXII : Aquastation 10 et 20 de Thétys®

Aquastation 10 :



Aquastation 20 :



Source: (Wibit. (2014). *Wibit Sports*. Consulté le 20 novembre, 2014, sur Wibit the evolution of waterplay: <http://www.wibitsports.com/products/commercial-pools/modular-combinations/516/aquastation-20?c=1255>)

Annexe XXIII : Coûts de location d'un jeu gonflable Aquastation 10 ou 20 pour 2 mois

L'offre fournie par Antony Moreau, directeur de Thétys®, est encore à préciser. En effet, la procédure que doit engager l'entreprise pour connaître précisément les coûts des frais de douane pour livrer le matériel en Suisse est relativement longue. Ainsi sur la base de ses expériences passées, Antony Moreau a donné une estimation des frais de douane. Le prix total indiqué ne correspond donc pas au prix définitif final. (A. Moreau, CP, 5 décembre 2014)

Type de coût	Aquastation 10	Aquastation 20
Livraison et installation du matériel	€ 3'594.00	€ 3'594.00
Frais de douane	€ 1'099.00	€ 1'160.00
Location du matériel	€ 5'497.50	€ 7'947.50
TVA	€ 815.20	€ 1'016.10
Total	<u>€ 11'005.70</u>	<u>€ 13'717.50</u>
	OU <u>CHF 13'237.50</u>	OU <u>CHF 16'498.00</u>

Source : Tableau de l'auteur d'après (A. Moreau, CP, 5 décembre 2014)

Déclaration de l'auteur

"Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Brigitte Burri, Laurent Mollard, Stéphane Moret, Martial Meystre, Michael Vettiger, Susana Limao, Antony Moreau, Christophe Le Nédic".

Aline Burri

