

Rapport d'activités 2017

2017, une année de transition active !

L'accueil touristique est l'un des enjeux majeurs de Vallée de Joux Tourisme. Le visiteur qui vient dans notre région doit pouvoir y trouver tous les éléments nécessaires au bon déroulement de son séjour. Véritable vitrine de l'offre touristique, Vallée de Joux Tourisme est la principale porte d'entrée des visiteurs. Nos collaborateurs, multilingues, sont formés tout au long de l'année à l'offre touristique afin de répondre à toutes les demandes et questions de nos visiteurs.

Accueil & information

Durant l'année 2017, un peu plus de 5'000 demandes ont été traitées. Nous avons renseigné à l'accueil, quelque 2'500 personnes et avons répondu à plus de 4'500 appels téléphoniques. Les questions posées sont principalement ciblées sur les activités sportives, été comme hiver. En période de grand froid, les demandes pour le lac de Joux gelé sont multipliées par 20 !



202
Réservations enregistrées
pour AstroVal



73 (110 en 2016)
Locations d'e-bikes
CHF 2'904.- de chiffre d'affaires
(CHF 4'533.- en 2016)



236 (202 en 2016)
Permis de pêche vendus
CHF 4'630.- de chiffre d'affaires
(CHF 3'760.- en 2016)



369
ValPass présentés au Centre
Sportif
Réductions proposées sur l'entrée
patinoire, piscine, wellness,
accro'indoor, tennis



549
Cartes postales vendues
À la réception



108
Cartes au I :25'000 vendues
À la réception



7'398 (7'435 en 2016)
Entrées à l'Espace Horloger

Tout au long de l'année, nous approvisionnons notre point I au Pont en brochures et documents divers. Nous mettons ainsi, à disposition de nos visiteurs, différents supports d'information tant au Centre Sportif, siège de Vallée de Joux Tourisme, que dans la rade du Pont où nous avons un contrat de prestation avec l'épicerie le Petit Marché.

Stratégie touristique

La stratégie promotionnelle de notre destination est basée sur celle de l'organe de promotion cantonal, l'Office du Tourisme Vaudois (OTV), qui offre une visibilité globale des atouts touristiques de notre région. Constatant qu'une approche géographique ne tient plus compte de la réalité touristique, la stratégie cantonale a, quant à elle, une approche thématique grâce au système des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

Les DAS sont les chaînes de produits touristiques constituant les atouts forts de la destination.

Dans sa stratégie de promotion touristique, Vallée de Joux Tourisme a défini, parmi les six DAS cantonaux, trois DAS prioritaires, qui sont :

- ❖ Nature
- ❖ Activités hivernales
- ❖ Art de vivre

A côté de la stratégie cantonale, nous avons mis en place, avec l'Association pour le développement des activités économiques de la Vallée de Joux (ADAEV), un modèle d'efficacité qui couvre les années 2018 à 2022. A côté des principaux thèmes que sont l'économie, le développement territorial ou encore la coordination régionale, la thématique loisirs et tourisme fait partie intégrante de la planification stratégique.

Association pour le développement des activités économiques de la Vallée de Joux (ADAEV)

Le tourisme fait partie d'un secteur propre de l'économie qui concerne beaucoup d'acteurs et représente un générateur d'emplois important. Travaillant étroitement en collaboration avec notre Office du Tourisme, l'ADAEV a chapeauté différents projets concernant le tourisme et a obtenu bon nombre de prêts dans le cadre de la Loi sur l'appui au développement économique (LADE).

Nuitées hôtelières

En 2017, 20'022 nuitées hôtelières ont été comptabilisées, soit 822 de moins qu'en 2016 (-3,9%). A noter que la durée du séjour a passé de 1.60 nuit à 1.64 nuit. Le taux d'occupation des chambres est de 25.4% contre 25.3% en 2016. Seules quatre régions touristiques vaudoises ont vu une progression en 2017 : Aigle-Leysin-Les Mosses, Château d'Oex, Lausanne et Montreux.



20'022 (20'844 en 2016)

Nuitées hôtelières

- 3,9% par rapport à 2016
+3,4% au niveau cantonal
+0,3% au niveau de Jura 3 lacs
+5,2% au niveau national



1.64

Durée moyenne de séjour

Contre 1.60 en 2016

57

Nationalités différentes

Dont 75% de Suisses
et 11% de Français



64%

Part des nuitées en été

Été : 12'914
Hiver : 7'108



Les hôtes suisses affichent 15'181 nuitées, soit une légère baisse de -1,1% (-168 nuitées), tout comme la France -16,8% (- 443 nuitées). La clientèle suisse représente le principal marché avec 75% des nuitées, les hôtes en provenance de l'hexagone viennent en deuxième position avec 11%, suit l'Allemagne avec 5%.

Pour sa part, le canton de Vaud cumule 2'889'576 nuitées hôtelières en 2017, soit une hausse de 3,4% (+94'009 nuitées). La Suisse a enregistré 37,4 millions de nuitées, ce qui représente une hausse de 5,2% (+1'860'164 nuitées) et la destination Jura 3 Lacs enregistre une très légère hausse de 0,3%.

Appartements de vacances

6'488 nuitées ont été réservées par notre centrale de réservation pour un chiffre d'affaires de CHF 192'634.- ce qui représente une progression de plus de 15% ! Depuis 2017, l'ensemble des appartements de vacances sont proposés à la réservation en ligne.

Comme les années précédentes et sans surprise, le marché suisse représente 74% des nuitées en appartements de vacances. La France vient en 2^{ème} position avec 5%.



6'488 (5'561 en 2016)

Nuitées en appartement de vacances

CHF 192'634.- de chiffre d'affaires
(CHF 181'990.- en 2016)



74%

Part des hôtes venant de Suisse

5% de Français

1,2% d'Allemands

Hébergements collectifs & campings

Les hébergements collectifs réservables auprès de Vallée de Joux Tourisme (Abri PC de L'Abbaye, La Cantonnette, Dortoirs du Centre Sportif et Valcolor) ont connu une forte baisse avec la fermeture de la Cantonnette à fin août 2017.

Les deux campings du bord du lac et le village de Tipis ont enregistré 8'669 nuitées en 2017 contre 8'550 en 2016, ce qui représente une hausse de +1,5% (+119 nuitées).



9'857 (13'483 en 2016)

Nuitées en hébergement collectif

Abri PC de L'Abbaye 82 nuitées

Cantonnette 1'792

Dortoirs du Centre Sportif 4'515

Pavillon Valcolor 3'468



8'669 (8'550 en 2016)

Nuitées en camping

Dans les 2 campings et le village de tipis



191'536.- (197'295.- en 2016)

**Montant total de taxe
de séjour encaissé**

Le Chenit : CHF 110'046.-

L'Abbaye : CHF 58'930.-

Le Lieu : CHF 22'560.-

Supports de communication

En 2017, Vallée de Joux Tourisme a reconduit ses brochures destinées au grand public ainsi qu'aux habitants de la Vallée de Joux. Distribuées aux touristes de passage tout comme aux indigènes, elles sont également envoyées aux visiteurs pour la préparation de leur séjour. La plupart d'entre elles sont téléchargeables sur www.myvalleedejoux.ch. Ces éditions sont également à la disposition des partenaires locaux. Un système de distribution de ces documents est mis en place par les collaborateurs de Vallée de Joux Tourisme en début d'année et également à la demande.

Vallée de Joux, Info guide 2017

Français, allemand, anglais, édition de 10'000 exemplaires.

Mise à jour annuelle de cette brochure qui contient toutes les informations utiles pour un séjour dans la région : activités, attractions touristiques, hébergements et restaurants.

ValPass

Français, allemand, édition de 25'000 cartes d'hôte pour les années 2018/19.

Français, allemand, édition de 15'000 flyers présentant les gratuités et les avantages de la carte d'hôte

Français, allemand, édition de 100 « chevalets » présentant le ValPass

Carte Jeux-concours

Français, édition de 3'000 cartes.

Ces cartes de visite contenant un QR code sont distribuées lors d'actions spécifiques et renvoient sur la page jeux concours du site Internet www.myvalleedejoux.ch

Echo Touristique

Français, édition de 3'500 exemplaires

Bulletin d'information édité deux fois par année dans la Feuille d'Avis de la Vallée de Joux. Ce document se veut le miroir des activités de Vallée de Joux Tourisme auprès de la population.

Rapport d'activités 2016

Français, édition de 100 livrets

Livret comprenant le rapport d'activités, les comptes 2016 et le budget 2018

A deux pas

Français, édition de 6'300 guides

Guide réalisé par la SIC présentant différents commerces de la Vallée de Joux ainsi que des bons plans pour les loisirs. Vallée de Joux Tourisme a été sollicité et impliqué dans le contenu.

Jura 3 Lacs, 20 randonnées de rêve

Français, allemand, anglais, édition de 45'000 exemplaires.

Document édité par Jura 3 Lacs en collaboration avec les régions. Présentation des 20 plus belles randonnées sur l'arc jurassien.

Jura 3 lacs, Chasse au trésor & fondue au chocolat

Français, allemand, édition de 11'000 flyers

Document édité par Jura 3 Lacs en collaboration avec les régions. Présentation de neuf parcours proposant, pendant l'hiver, une chasse au trésor accompagnée d'une fondue au chocolat dans un chalet.

Balade œnotouristique

Français, allemand, anglais, édition de 15'000 exemplaires.

Document édité par l'Office du Tourisme Vaudois en collaboration avec les destinations. Présentation des sept balades œnotouristiques du Canton de Vaud.

Le Parc Jura vaudois plus proche de vous

Français, allemand, édition de 5'000 exemplaires.

Document édité par le Parc Jura vaudois en collaboration avec les destinations membres du Parc. Sélection d'activités sur les 3 cols et mise en valeur des transports publics.

Excursions de découverte 2017

Français, édition de 10'000 exemplaires.

Document édité par le Parc Jura vaudois en collaboration avec les destinations membres du Parc.

Programme d'excursions présenté par le Parc Jura vaudois.

Panneaux autoroutiers

Quatre panneaux annonçant la Vallée de Joux ont été posés au mois de septembre 2017 sur l'autoroute A1. Deux d'entre eux invitent à emprunter la sortie n°20 de Cossonay et les deux autres celles d'Aubonne (n°14) et de Gland (n°12) pour permettre aux visiteurs de rejoindre le lac de Joux.

Les automobilistes qui empruntent l'axe autoroutier Yverdon-les-Bains - Lausanne ainsi que Lausanne – Genève, dans les deux sens, voient désormais ces nouveaux panneaux indiquant la sortie à prendre pour rejoindre la Vallée de Joux.

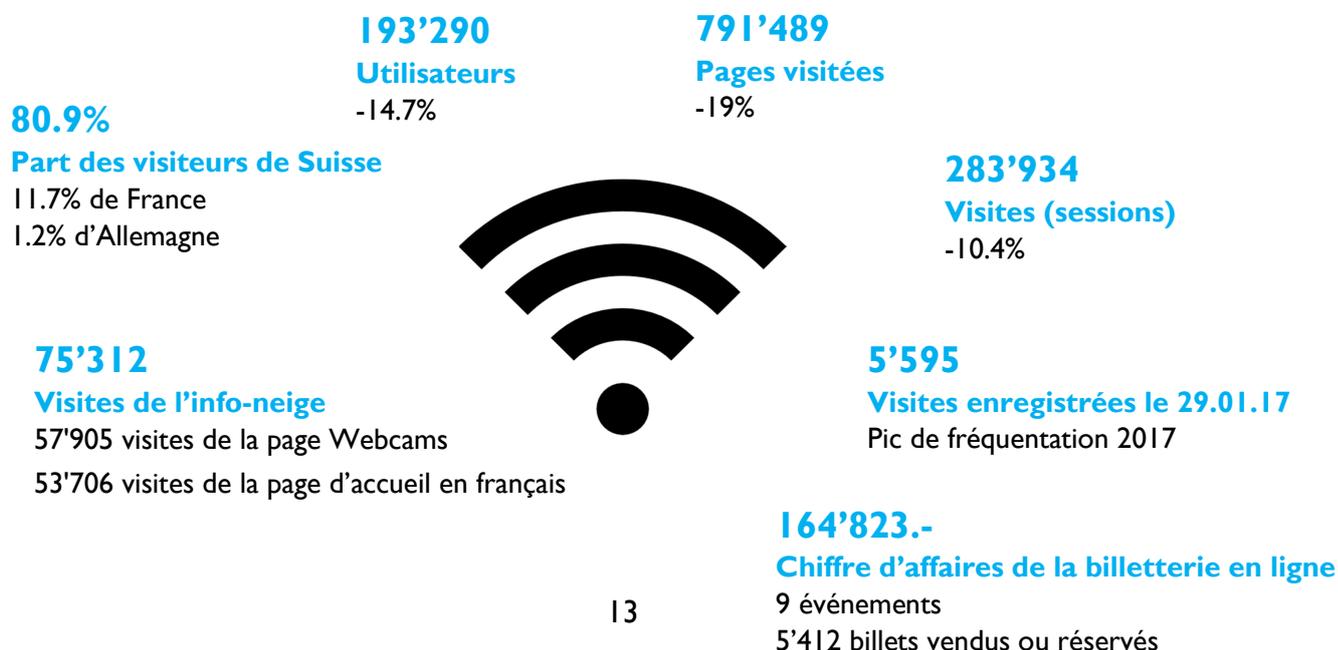
Ces panneaux déclinent l'identité de la région avec une gamme de couleurs brunes selon les directives fédérales sur les panneaux touristiques. La Dent de Vaulion, emblème cher à la région, ainsi que le lac de Joux et l'horlogerie dans son milieu naturel sont les thèmes représentés. Seul l'intitulé Vallée de Joux a été retenu pour correspondre à la marque de la destination et respecter les consignes de lecture rapide, soit 2 à 3 secondes en mode dynamique, et de sécurité.

L'image stylisée a été définie entre Vallée de Joux Tourisme et l'Association pour le Développement des Activités Economiques de la Vallée de Joux avec le précieux concours de l'Office du Tourisme Vaudois. Ce projet, réalisé à l'échelle cantonale, a été mené en collaboration avec le Service de la promotion économique et du commerce (SPECo), la Direction générale de la mobilité et des routes (DGMR) et l'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL).

Site web

2017 a coïncidé avec le lancement du nouveau site Internet de Vallée de Joux Tourisme. Ce projet d'envergure a mobilisé de nombreuses ressources et des centaines d'heures de travail pour aboutir à la réalisation de ce nouveau site présenté lors de l'Assemblée Générale 2017 à L'Abbaye.

La baisse de fréquentation constatée sur www.myvalleedejoux.ch s'explique par son lancement en cours d'année. Lors de toute sortie de nouveaux sites Internet, une période de transition est inévitable. Les visites sur le site peuvent baisser en raison de la perte de référencement sur Google.



On remarque que 39% des internautes visitent désormais www.myvalleedejoux.ch avec leur mobile. C'est pourquoi, il est important d'avoir un site internet en « responsive design ». Le projet de refonte des sites internet de tout le canton de Vaud entamé en 2016 répond à ce besoin.

Réseaux sociaux

Depuis maintenant quelques mois, une réflexion a été établie sur les réseaux sociaux. Celle-ci a en effet porté ses fruits au vu de la croissance constante des abonnés. Une collaboratrice de Vallée de Joux Tourisme a d'ailleurs suivi une formation de 3 mois au SAWI pour obtenir le titre de spécialiste en médias sociaux. En 2018, une stratégie bien définie va être mise en place au niveau du digital.

5'242*

Fans sur Facebook



618*

Abonnés sur Twitter

718*

Abonnés sur Instagram

*Chiffres au 18.05.2018

Visites de presse

Les visites de presse et les actions de relations médias sont un moyen de communication et de promotion extrêmement efficace. Dans le cadre de notre stratégie touristique, l'une de nos missions consiste à accueillir, organiser et gérer les contacts avec la presse.

Afin de maximiser la couverture médiatique de notre destination, nous travaillons étroitement avec l'Office du Tourisme Vaudois qui collabore avec Suisse Tourisme.

Les visites de presse, organisées et accompagnées par un collaborateur de Vallée de Joux Tourisme, permettent alors d'assurer d'importantes retombées médiatiques, tant sur le marché suisse que mondial. Le soutien et la collaboration de nos partenaires est indispensable au succès de ces visites qui ne seraient rien sans leur accueil de qualité.

En 2017, nous avons reçu 13 visites de presse et accueilli 27 journalistes. Nous constatons une hausse des visites de presse en 2017 par rapport à 2016. A noter la venue de France 5 Télévision pour son émission Des trains pas comme les autres, ainsi que TFI pour le Journal de 13h.

A cela s'ajoutent des contacts réguliers avec les médias romands qui relatent nos activités ou nous sollicitent sur différents faits de l'actualité.

Foires et salons touristiques

Les actions de Promotion & Ventes de notre région pour les marchés lointains, en développement ou d'avenir, se font sous l'égide de Suisse Tourisme et de l'Office du Tourisme Vaudois. En ce qui concerne les marchés de proximité (Suisse & France), Vallée de Joux Tourisme a été notamment présent en 2017 au Salon du Randonneur à Lyon ainsi qu'à la BEA à Berne et au Comptoir Suisse à Lausanne.

Collaboration avec Nyon Région Tourisme et Morges Région Tourisme

Depuis plusieurs années, un Pool Marketing est actif entre Nyon Région Tourisme, Morges Région Tourisme et Hôtellerie suisse, section La Côte. En 2017, l'Office du Tourisme de Morges a invité Vallée de Joux Tourisme à rejoindre ce pool, afin de renforcer l'offre et l'attractivité de la partie jurassienne. Un budget a été établi pour la réalisation d'actions promotionnelles communes sur la Suisse alémanique et la France. Les premières actions seront réalisées au printemps 2018.

Collaboration avec l'Office du Tourisme Vaudois, Jura 3 Lacs et Suisse Tourisme

Notre destination n'ayant pas la capacité, à son échelle, d'être présente au niveau promotionnel sur les nombreux nouveaux marchés potentiels tout autour du globe, cette tâche est réalisée par l'Office du Tourisme Vaudois et Suisse Tourisme. Nous collaborons étroitement avec l'OTV pour l'organisation de visites de presse et participons à de nombreuses actions telles que la mise en place du nouveau site internet, aux campagnes de promotion œnotouristiques (balade œnotouristique), ainsi qu'aux actions hivernales réalisées à l'échelle du Canton.

Dans le but de renforcer notre présence sur le marché suisse, nous avons également reconduit une convention marketing courant jusqu'en 2019 avec la région touristique Jura 3 Lacs (J3L). Cette collaboration permet de renforcer la visibilité des régions vaudoises partenaires au sein de la destination J3L.

Parc Jura vaudois

La promotion et la commercialisation d'offres touristiques se sont poursuivies tout au long de l'année 2017. Des séjours forfaitaires ont été proposés pour la Grande Traversée à pied avec Eurotrek. Le contenu de l'offre Géo e-bike Tour Jura a également été finalisé. Il s'agit de circuits de découverte du patrimoine géologique franco-suisse à vélo et en e-bike, en partenariat avec le Parc naturel régional du Haut-Jura (F). La collaboration entre offices du tourisme et les autres partenaires du Parc Jura vaudois reste très étroite. Des actions de promotion mutualisées dans le cadre de l'accord de partenariat ont permis de diffuser des encarts publicitaires, de réaliser une vidéo promotionnelle et des bannières web ainsi que de générer du contenu sur les réseaux sociaux.

Le Bike Tour Parc Jura vaudois a généré 125 nuitées en 2017 via le partenaire Swiss Backstage. Un itinéraire à vélo intitulé la Route Verte a été créé entre Schaffouse et Genève traversant les six parcs de l'arc jurassien. Le projet est coordonné par le Réseau des Parcs suisses en collaboration avec Jura & 3 Lacs et les six parcs concernés.

D'autre part, mandaté par le réseau des parcs suisses, l'ETH de Zürich a lancé une étude sur la valeur ajoutée touristique dans le périmètre de quatre parcs régionaux. Vallée de Joux Tourisme a été intégré à cette étude et a participé à la récolte d'informations auprès de ses visiteurs.

En termes de mobilité, l'offre en transports publics a été renforcée pour accéder aux cols du Marchairuz et du Mollendruz. La période et le nombre de dessertes ont été significativement étendus et les nouvelles courses sont à l'horaire depuis le printemps 2017.

Grâce à des actions de promotion menées en étroite collaboration avec les transporteurs – CarPostal et MBC, les visiteurs ont été largement encouragés à se rendre sur le lieu de leurs loisirs en transports publics. En 2017, la ligne du Col du Marchairuz a accueilli 2'524 passagers, alors que 2'511 passagers ont emprunté la ligne du Col du Mollendruz.

En parallèle, des discussions ont été menées afin d'intégrer ces deux lignes dans les prestations offertes par la carte d'hôte ValPass (Le Pont – Col du Mollendruz et Le Brassus – Col du Marchairuz).



12'114 personnes

ont fréquenté le chemin des Crêtes entre le Col du Marchairuz et le Mont Tendre

Des compteurs ont été posés entre le 1^{er} mai et le 31 octobre 2017

Soutien aux organisateurs de manifestations

Vallée de Joux Tourisme est actif depuis de nombreuses années auprès des organisateurs de manifestations. Que ce soit sous forme de vente ou de réservation de billets, de promotion d'événements ou d'une implication au sein d'un comité d'organisation. Les futurs Jeux Olympiques de la jeunesse en sont le parfait exemple avec une forte implication dans les différents organigrammes de Lausanne 2020.

En 2017, près de 300 manifestations ont été saisies sur notre site internet www.myvalleedejoux.ch. Toutes ces informations sont ensuite reprises automatiquement sur les plateformes de Suisse Tourisme www.myswitzerland.com, de l'Office du Tourisme Vaudois www.region-du-leman.ch et sur le portail Vallée de Joux www.valleedejoux.ch.

Saison d'hiver 2017/18

La saison de ski de fond a démarré le 26 novembre 2017 pour se terminer le 15 avril 2018. Les pistes de ski alpin ont été ouvertes en décembre et refermées début janvier pour rouvrir en février. La saison s'est terminée le 10 mars. Le bulletin d'enneigement a été actualisé pendant 142 jours. De l'avis des acteurs hivernaux, les chiffres d'affaires sont relativement bons pour le ski de fond et jugés moyens pour le ski alpin, bien que meilleurs que les deux derniers hivers. A relever que fin février, une période de grand froid, a permis d'ouvrir le lac de Joux à la marche et au patinage.



142 (106 en 2016/17)

Jours de bulletin d'enneigement en 2017/18

Informations saisies tous les jours avant 8h30



7 jours de patinage dans la baie du Pont

Quelques centaines de personnes ont profité d'une bande sécurisée de 50m

Le lac a été ouvert au Pont du 26 février au 5 mars 2018



241'502.- (185'052.- en 2016/17)

Chiffre d'affaires des téléskis en 2017/18

46 jours d'ouverture des pistes

(36 jours en 2016/17)



210'952.- (173'653.- en 2016/17)

Chiffre d'affaires des quatre Centres nordiques en 2017/18

Dont CHF 37'123.- encaissés par Vallée de Joux Tourisme

Pistes ouvertes : 141 jours au Marchairuz, 122 à la Thomassette

Perspective

Vallée de Joux Tourisme avance et continue d'évoluer et d'adapter sa structure dans ses différents domaines d'activités. Pour preuve, en 2018, un nouveau système de billetterie on-line plus performant sera mis en place. Des offres seront commercialisées en ligne depuis le site Internet www.myvalleedejoux.ch, les téléskis de la Vallée de Joux feront leur entrée dans la coopérative Magic Pass, la carte d'hôte ValPass étendra sa validité aux lignes de bus qui relient les Cols et de nouvelles offres et actions seront repensées pour l'accueil de nos visiteurs.

Remerciements

Des remerciements sont à adresser à nos membres, nos autorités, nos partenaires et nos prestataires pour leur soutien, au Comité de Vallée de Joux Tourisme et à son Président pour leur confiance et leur motivation, aux collaborateurs pour leur travail et leur engagement. Dans le contexte actuel, le développement du tourisme est un défi au quotidien. Mais un défi qui mérite d'être relevé, car c'est un secteur d'activité important de l'économie en Suisse et qui permet d'offrir une belle diversification des activités dans notre région.

