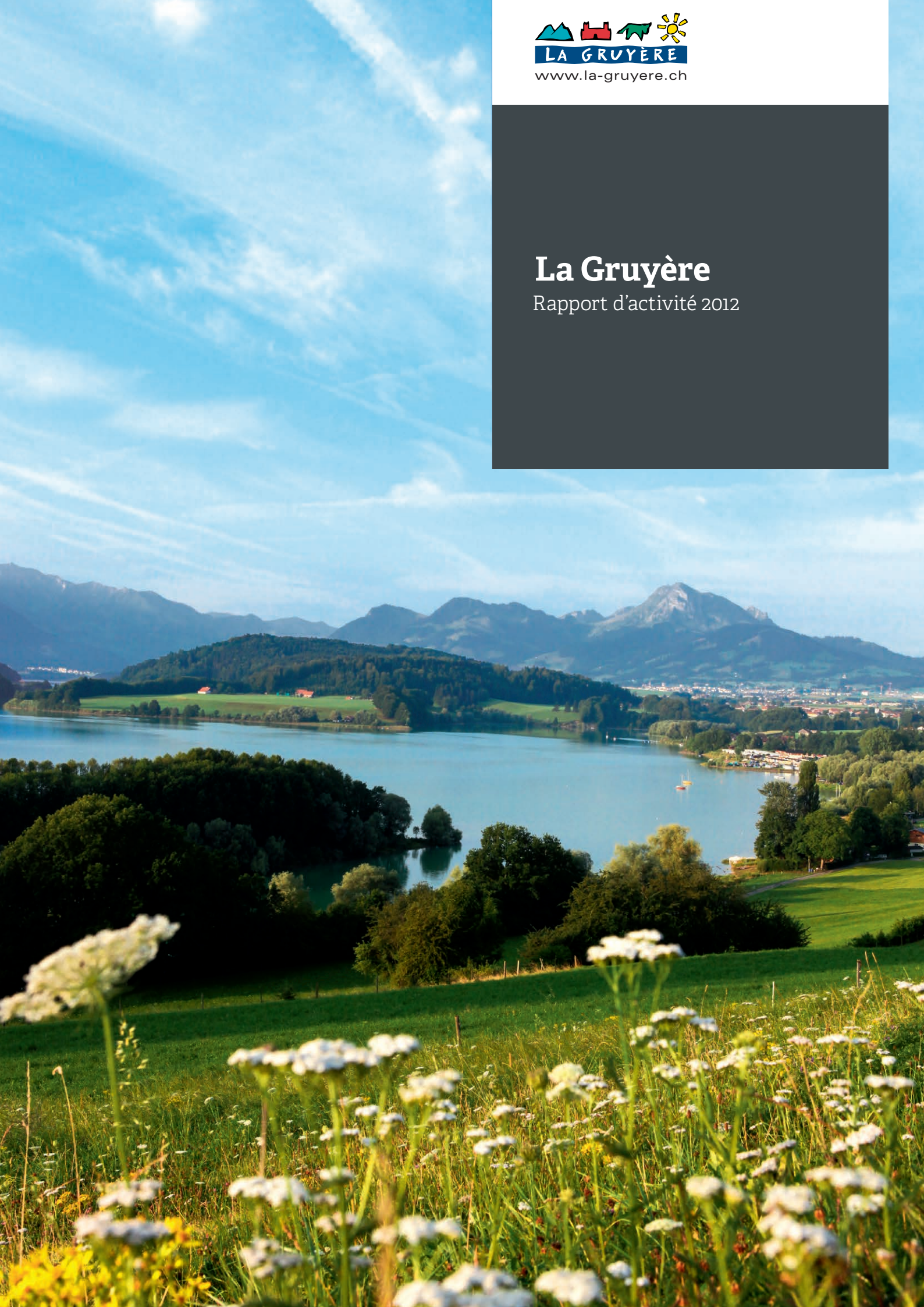


La Gruyère

Rapport d'activité 2012



Sommaire

Comité et personnel	1
Propos présidentiels	2
Année 2012	3
Accueil et Administration	4
Activités Marketing	5-9
Comptes	10
Organe de révision	11
Activités 2013	12



Comité et personnel

Composition du comité de l'Association Touristique de la Gruyère

M. Raoul Girard	Président
M ^{me} Monique Durussel	Vice-présidente et représentante des communes du centre
M. Paul Jaggi	Conseiller communal de Charmey
M. Eric Broccard	Représentant de la SD du Lac de La Gruyère
M. Pascal Yerly	Représentant des cafetiers-hôteliers de La Gruyère
M. Roland Kaeser	Représentant des communes de l'Intyamon
M. Christophe Mauron	Représentant de la SD de Bulle et environs
M ^{me} Myriam Oberson	Représentante des communes de la Sionge
M. Jean-Claude Schuwey	Représentant de la SD de Jaun

Membres invités

M. Philippe Micheloud	Représentant des remontées mécaniques
M. Duri Mathieu	Directeur Espace Gruyère
M. Patrice Borcard	Préfet de la Gruyère

Personnel de La Gruyère Tourisme

M. Fabien Mauron	Directeur
M ^{me} Nathalie Wicht	Assistante de Direction (40 %)
M ^{me} Laure Kaelin	Assistante marketing (100 %)
M ^{me} Laura Braissant	Assistante marketing et administration (40 %)
M. Guillaume Schneuwly	Assistant marketing (100 %)
M ^{me} Carine Dougoud	Responsable Office du Tourisme de Bulle (100 %)
M ^{me} Antje Buchs	Responsable Office du Tourisme de Gruyères (100 %)
M ^{me} Elisabeth Seydoux	Employée Office du Tourisme de Bulle (60 %)
M ^{me} Isabelle Doutaz	Responsable Billetterie (50 %)
M ^{me} Michèle Jost-Mathieu	Employée Office du Tourisme de Gruyères (40 %)
M ^{lle} Mélanie Andri	Apprentie 1 ^{re} année
M ^{lle} Surya Cotting	Stagiaire MPC



Rapport du président



On le dit très souvent, le tourisme est important pour le développement économique d'une région. En Gruyère, cette branche joue un rôle stratégique majeur. Mais, comme le dit le Professeur Thomas Bieger, recteur de l'Université de Saint-Gall, il n'y a pas de véritable branche touristique. Il n'existe que des branches qui dépendent plus que d'autres du tourisme. Et c'est très certainement pour cette raison essentiel que ce secteur doit être défendu.

En quoi le tourisme est-il si important? Il faut bien souvent le rappeler, voire le développer, le tourisme agit sur différents facteurs économiques. Il y a bien sûr les effets économiques régionaux avec la création de places de travail. Mais il y a aussi, et ceci est très important chez nous, les effets de réseau. Le fait que le tourisme participe au développement économique d'autres secteurs. Ne prenons qu'un exemple, celui des transports publics. Ceux-ci ne sont pas prioritairement mis en place pour le tourisme. Mais le tourisme contribue clairement à leur fréquentation et donc au développement de ceux-ci. Et tout ceci pour le bien-être de la population dans son ensemble. Et que dire des effets de compétences créés par ce secteur économique. Les professionnels du tourisme, de par leur formation, développent des compétences comme les langues, la gestion ou les aptitudes sociales. Autant de compétences fondamentales qui servent également dans d'autres secteurs d'activité. Preuve en est que de nombreuses personnes formées dans notre milieu se tournent avec succès, après quelques années, vers d'autres secteurs économiques.

L'autre effet fondamental du tourisme est celui de l'image. Toutes les régions recherchent aujourd'hui à donner une image dynamique et attractive de leur territoire. Et ceci s'observe un peu partout. On souhaite véhiculer des idées comme la culture, le développement économique ou la qualité de vie. Le tourisme, par le biais de la promotion qu'il nécessite, donne tous ces messages en même temps et cela au profit du développement de l'ensemble de la région.

Pour toutes ces raisons, et certainement bien d'autres, le tourisme peut prétendre au soutien des pouvoirs publics. Depuis quelques années maintenant, ce soutien n'est plus fondamentalement rediscuté. Heureusement. Par contre, pour pouvoir bénéficier de fonds publics, notre branche doit continuellement travailler à la crédibilisation de son travail. Nous ne pourrions jamais nous permettre de ne pas garantir une qualité professionnelle à notre travail. Et toutes ces dernières années, c'est l'accent qui a été mis en avant dans notre organisation. Travailler professionnellement. Faire des choix de spécialistes. Etre exigeant. Toujours. Parfois, certaines décisions ne sont pas simples à prendre. Mais si celles-ci sont justifiées par nos activités, nous devons les défendre.

Directeur durant six ans de notre association, Fabien Mauron a toujours travaillé dans cette direction. Les succès qu'il a connus en sont la preuve. Le tourisme est un métier. Comme on ne s'invente pas ébéniste, on ne s'invente pas professionnel du tourisme. La venue de Pascal Charlet pour succéder à Fabien Mauron doit être comprise comme cela. Une formation solide et complète, de l'expérience et une volonté de développer notre branche. Sûr que ces ingrédients feront les succès à venir de notre nouvelle direction à qui nous souhaitons la plus cordiale des bienvenues.

Raoul Girard
Président de La Gruyère Tourisme

Bilan 2012, La Gruyère poursuit sur sa lancée

En 2011, le secteur touristique annonçait des nuitées en baisse, en 2012 également. La Gruyère, elle, continue sa progression avec une augmentation des nuitées hôtelières de l'ordre de **1.46% (+7'900 nuitées)** pour 2012 pour atteindre 549'800 nuitées pour 2012 sur l'ensemble des modes d'hébergement.

La Gruyère a des forces majeures, son nom, sa marque, la diversité de son offre, ses acteurs, son dynamisme... La diversité de son offre, est un atout essentiel et fort. Le slogan «La Gruyère, une petite Suisse dans la Suisse» est peut-être cliché mais tellement vrai.

Dans un périmètre restreint, le visiteur peut découvrir les spécialités gourmandes du pays, s'enrichir de notre patrimoine et de nos traditions, expérimenter des loisirs et tendances sportives actuelles, hiver comme été, découvrir l'histoire d'une région, se relaxer dans des bains thermaux, assister à du folklore local,... Tout ceci et de nombreux éléments non cités ci-dessus contribuent à faire de La Gruyère une place touristique forte. Agrémentée de plus en plus d'offres d'hébergement, notre région a de belles années devant elle sur l'échelle du tourisme helvétique.

L'offre est l'élément central de base, faut-il encore la vendre de manière optimale. La compétitivité des acteurs de la région associée au travail des milieux touristiques œuvrent à mettre en place un marketing commun, une stratégie qui fonctionne très bien depuis quelques années. Regrouper les forces d'une région et de ses partenaires est la seule solution marketing performante afin d'être visible dans la concurrence du marché suisse et international.

Enfin, la qualité de l'accueil aux offices du tourisme et chez tous les partenaires touristiques doit sans cesse s'améliorer. Des mesures dans ce sens sont prises, notamment avec les labels de qualité de la Fédération Suisse du Tourisme mais aussi avec des actions concrètes comme

le pass PROtourism cantonal. L'accueil reste la première impression à l'arrivée du touriste et très souvent la dernière.

2013

L'année 2013 s'annonce plutôt réjouissante, La Gruyère devrait poursuivre sa croissance. De plus, de grands événements auront lieu dans la région, notamment La Poya 2013 d'Estavannens. Cette nouvelle année, placée par Suisse Tourisme sous le signe de la tradition et de l'authenticité, devrait parfaitement convenir aux forces de notre région.





Le travail de nos offices du tourisme consiste non seulement à accueillir et renseigner les touristes mais aussi à effectuer des réservations, organiser des manifestations, envoyer des documents, représenter la région...

Ce savant mélange entre sourires et compétences est le pari que La Gruyère Tourisme a relevé en intégrant les offices du tourisme de Bulle et de Gruyères. Cette intégration, réussie, nous permet de jouir d'une efficacité accrue dans la connaissance de notre région, d'une formation équivalente à l'ensemble du personnel, d'une flexibilité importante dans la rotation des équipes et d'une excellente gestion des coûts. Ces éléments juxtaposés les uns aux autres nous donnent aussi un professionnalisme accru dans le contact avec la clientèle. De plus, la très bonne collaboration avec les offices du tourisme de Charmey et Moléson contribue à présenter une image réjouissante de La Gruyère.

Au courant de ces dernières années, La Gruyère Tourisme a renouvelé 2 fois son label de qualité décerné par la Fédération Suisse du Tourisme. Une première en 2009 avec la note de 3.86 sur 4 et une deuxième fois en 2012 avec le résultat de 3.84 sur 4. Gageons que cette marque de qualité, de constance et de crédibilité pour notre branche puisse corroborer les propos ci-dessus.

La mise en place d'une statistique permettant de connaître le nombre de contacts au guichet, d'appels téléphoniques reçus et de courriels traités permet tout d'abord de vérifier les fluctuations saisonnières mais aussi de constater que nos offices du tourisme sont très visités ce qui démontre encore une fois l'importance de l'accueil.

La Gruyère Tourisme gère également la billetterie de Bulle pour les principaux spectacles qui sont organisés en Gruyère. Cette activité, qui génère un chiffre d'affaires de plus de CHF 550'000.-, fait partie intégrante de nos tâches d'accueil et de services. Le secteur de la billetterie a vendu en 2012 plus de 15'000 billets pour l'ensemble des spectacles utilisant nos services.

Année 2012	Guichet	Téléphone	Mail	Nombre de contacts
Janvier	717	656	1'209	2'582
Février	892	816	1'345	3'053
Mars	1'203	1'000	1'656	3'859
Avril	1'470	950	1'479	3'899
Mai	1'765	903	2'047	4'715
Juin	1'784	939	1'420	4'143
Juillet	2'614	931	1'485	5'030
Août	2'590	971	1'183	4'744
Septembre	1'671	931	1'129	3'731
Octobre	1'643	970	1'132	3'745
Novembre	1'285	972	972	3'229
Décembre	783	660	688	2'131
Totaux 2012	18'417	10'699	15'745	44'861

Activités Marketing

L'année 2012 a été riche en promotions, nous avons principalement misé sur une clientèle suisse ensuite européenne.

Les thématiques fortes de notre région ont été mises à l'honneur comme vous pouvez le découvrir sur les quelques exemples ci-dessous :

Site Internet la-gruyere.ch

Comparatif des visites 2011 / 2012

Rubriques	2011	Rubriques	2012
Visites globales	651'982	Visites globales	579'167
Pages vues	2'834'512	Pages vues	2'521'519
Temps moyen	3.07	Temps moyen	3.12
Moyenne de visites par mois	54'330	Moyenne de visites par mois	48'263

Une diminution des visiteurs de notre site web est à constater sur l'année 2012, ceci est dû principalement à la mise en place de la nouvelle plateforme en juillet dernier. En effet, suite à ce changement, nous avons l'obligation de référencer à nouveau les mots clés et de régénérer des liens du référencement de google. La situation devrait se stabiliser pour 2013 et la plateforme pourra poursuivre sa croissance.

Néanmoins, ces chiffres restent tout à fait positifs, la plateforme a généré en 2012, 579'167 visites basées sur le détail ci-dessous selon la provenance.

Provenance des visiteurs 2012

	Pays / Territoire	Nombre de visites
1	Suisse	428'869
2	France	56'803
3	Allemagne	15'423
4	USA	11'991
5	Grande-Bretagne	9'102
6	Belgique	6'907
7	Italie	5'646
8	Espagne	5'431
9	Canada	4'451
10	Pays-Bas	2'554

A noter que les visiteurs suisses proviennent en premier lieu de la région zürichoise et du canton de Vaud. Il est important de constater que ces résultats correspondent pleinement à nos publics-cibles travaillés et confortent notre vision que le marketing coordonné fonctionne.

Web mobile

Afin d'être toujours cohérente avec la nouvelle technologie, La Gruyère Tourisme s'est dotée de la version mobile de son site Internet. Le but est que le visiteur puisse naviguer avec une plateforme adaptée aux smartphones.



Webmobile, la-gruyere.ch



Activités Marketing



Application Fribourg Region

En collaboration avec Fribourg Region et Enjoy Switzerland, une application cantonale smartphone a également vu le jour en 2012. Très complète et permettant d'utiliser de nouveaux gadgets (réalité augmentée notamment), cette mesure est nécessaire et promotionnellement importante à l'heure actuelle.



Application smartphone Fribourg Region

Réseaux sociaux, bannières web

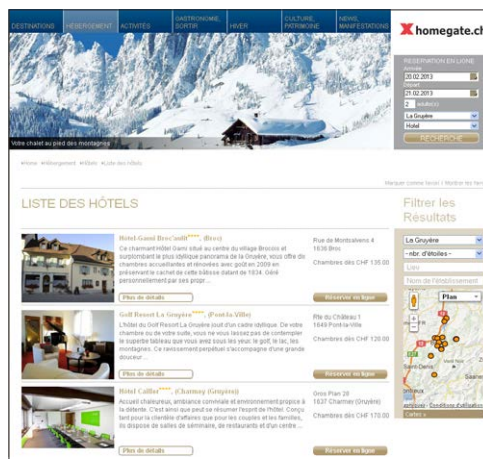
La Gruyère Tourisme a développé depuis quelques années un réseau social promotionnel intéressant avec sa propre chaîne de TV sur Youtube, son compte Twitter, sa présence sur Facebook ainsi que sa promotion via Google. Il est primordial de nourrir ces réseaux communicatifs, de les rendre attractifs et dynamiques. C'est une tâche journalière de notre service marketing qui contribue de plus en plus à communiquer autour et sur La Gruyère.



Plateforme TOMAS

La plateforme de réservations on-line TOMAS s'est développée avec notamment l'augmentation de l'offre hôtelière. Nous comptons à l'heure actuelle une quinzaine d'hôtels qui ont généré un chiffre d'affaires de plus de CHF 55'000.- sur 2012 (CHF 45'000.- en 2011).

Afin de mieux présenter l'ensemble de l'offre, nous avons créé une nouvelle plateforme d'entrée pour les réservations hôtelières.



Nouvelle plateforme d'entrée pour les hôtels.

Campagne La Gruyère

Pour la promotion du Passeport La Gruyère en 2012, nous avons choisi de travailler avec l'agence Goldbach Media spécialisée dans la publicité sur écrans autres que la télévision. A cette occasion, nous avons diffusé un spot vidéo de 12 secondes présentant La Gruyère et l'offre Passeport pendant 1 mois sur les écrans de 39 stations essence ainsi que dans 79 offices de poste. Pour cette action, ce sont les principales agglomérations suisses allemandes et leurs régions qui ont été visées: Zürich, Lucerne, Winterthur, Zoug et St-Gall.

L'impact d'une telle action est évidemment difficilement quantifiable car elle vise avant tout à faire connaître La Gruyère et l'attractivité de l'offre Passeport. Nous sommes convaincus qu'avec 571'360 diffusions et environ 1,5 millions de contacts bruts au total, cette action nous aura permis de promouvoir efficacement La Gruyère et ses produits auprès d'un public-cible très important pour notre destination.



Diffusion du spot de La Gruyère Tourisme à l'office de poste de Küsnacht, dans la région zurichoise.

Activités Marketing

Campagnes en collaboration avec Fribourg Région

Un de nos axes prioritaires demeure la promotion via Suisse Tourisme en collaboration avec Fribourg Region. Cette plateforme incontournable nous permet d'être visibles en Suisse, en France et en Allemagne principalement. En 2012, les marchés suisse, allemand et français se sont encore consolidés, avec une augmentation des nuitées provenant de ces pays. Pour La Gruyère, l'important est d'être présente sur ces secteurs en termes de marque et de visibilité. La Belgique, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Italie sont également des marchés intéressants qui sont travaillés de manière occasionnelle. Nos participations conjointes avec Fribourg Region dans les foires et les salons professionnels contribuent également à garantir une présence dans les meilleurs documents touristiques.



Brochure Suisse Tourisme 2012

Médias, accueil de journalistes

Il s'agit d'une partie importante de notre promotion, l'accueil et la prise en charge des médias. Des retours importants pour un coût peu élevé; il s'agit donc d'une plateforme essentielle à consolider chaque année.

En 2012, notre région a accompagné une vingtaine de voyages de presse. Des articles ou des vidéos qui ont parcouru plus de 20 pays différents répartis sur presque tous les continents.

Un grand merci à tous nos partenaires touristiques pour leur parfaite collaboration pour l'accueil de ces groupes.

Récapitulatif des médias reçus en 2012

Médias accompagnés	Pax	Provenance
Go World Travel Magazine, AAA Magazine	3	USA
TVE	3	Espagne
TV nationale Polonaise	4	Pologne
Nippon Television Network	9	Japon
Swiss news magazine	2	Zürich
TV ZDF, Auto und Reisen magazine	2	Allemagne
Navenant, Limburger, Chef's Magazine, Magazin Bouillon, Zeitung Telegraaf	5	Pays-Bas
TV Globo	6	Brésil
Igor Fabjan, journaliste web	1	Slovénie
Magazine Femina	1	Suisse
National Geographic	2	Pologne
Food and Travel magazine	2	Royaume-Uni
Let's travel magazine	1	Malaisie
Saarbrücker Zeitung	1	Allemagne
Post convention media trip de Suisse Tourisme	8	Corée, Japon, Rép. tchèque, Hongrie, Russie, Allemagne, Brésil, Espagne
Hana TN Media (magazine)	3	Corée du sud
Josephine Matyas, journaliste free-lance	2	Canada
Lonely Planet Travellers Magazine	2	Angleterre
Alexei Dmitriev (Savoyage magazine)	1	Russie
Culture Vixen magazine	2	USA
Het Laatste Nieuws, quotidien	2	Belgique
7 days magazine	6	Russie

Sorties d'entreprises

Le chiffre d'affaires s'est stabilisé par rapport à l'année dernière, le nombre de sorties organisées par notre bureau également (21). Ce secteur a permis de redistribuer CHF 130'000.- aux partenaires de la région et d'accueillir près de 700 personnes en Gruyère. Cette activité reste un domaine important de notre communication et apporte une plus-value nécessaire à la région.





Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut (PNR)

En assumant la présidence de la Commission Tourisme du PNR, La Gruyère Tourisme contribue non seulement au développement des activités touristiques dans le cadre du parc mais profile également la région en termes de visibilité et de notoriété. Cet aspect est crucial au niveau suisse et le PNR est un partenaire important pour la promotion du tourisme dans notre région. D'ailleurs, l'OFEV (Office fédéral de l'environnement) a lancé une campagne de communication nationale en 2012 ainsi qu'une carte promotionnelle pour accroître la visibilité des parcs suisses dont le nôtre.



Visuel clé Campagne OFEV avec paysage de La Gruyère

Principales foires

La Gruyère Tourisme a participé à plus de 2 semaines de foires/expositions comme vous pouvez le constater sur le tableau ci-après. Il faut savoir que ces participations ne sont envisageables que grâce à nos collaborations avec Fribourg Region et Le Gruyère AOC. Ces événements ont pour objectif de mettre en avant le tourisme de loisirs et notre région de vacances dont le Tour de Suisse et le salon de la randonnée de Paris, qui a compté plus de 50'000 visiteurs.



Paris, salon de la randonnée

Types de foires	Nbre de jours	Collaborations
Paris, Salon de la rando	3	Fribourg Region
Tour de Suisse cycliste	10	Le Gruyère AOC

Partenariat SlowUp La Gruyère

En 2012, La Gruyère Tourisme a collaboré étroitement pour la 1^{re} fois avec le SlowUp La Gruyère afin d'aider les organisateurs dans la mise sur pied de la manifestation. L'événement s'est très bien déroulé et La Gruyère Tourisme a pu profiter de cette excellente collaboration pour effectuer la promotion de la région sur les nombreux supports promotionnels liés au SlowUp.

LA GRUYÈRE
Une région à vivre en famille
Eine Region bestens für Familien geeignet

Visitez l'univers de La Gruyère en découvrant l'histoire de son Château ou au travers de ses musées, en observant les secrets de la fabrication du fromage et du chocolat, en parcourant ses nombreuses randonnées, en atteignant ses sommets aux panoramas époustouflants ou en se relaxant dans des bains thermaux. Venez La Gruyère !

Besuchen Sie das Universum der Region La Gruyère! Tauchen Sie ein in die Geschichte des Schlosses und der Museen oder entdecken Sie das Geheimnis der Käse- und Schokoladenherstellung. Spazieren Sie auf den zahlreichen Wanderwegen, erklimmen Sie die schönsten Berggipfel mit herrlichen Panoramas ausichten oder entspannen Sie sich in den Thermalbädern. Geniessen Sie La Gruyère!

La Gruyère
Un grand bol d'air...
Eine Prise frische Luft...

La Gruyère Tourisme - 0848 424 424
la-gruyere.ch

La Gruyère Tourisme - 0848 424 424
la-gruyere.ch

PASSEPORT LA GRUYÈRE

Week-end,
2 nuits dès / ab / from

LA GRUYÈRE.CH
0848 424 424

119.-

Encarts promotionnels dans le dépliant du SlowUp

Promotion sur manifestations

Nous avons collaboré à la promotion de certaines grandes manifestations, notamment le Tour de Romandie qui a permis une visibilité importante de la région sur la RTS et les chaînes internationales. La Gruyère Tourisme a également collaboré avec d'autres événements comme par exemple Le Gruyère Cycling Tour et le Salon des Goûts et Terroirs avec la création de packages exclusifs pour découvrir la région en adéquation avec la manifestation ciblée.

Activités Marketing



Exemple de promotion commune avec le Salon des Goûts et Terroirs.

Campagne Hiver

La Gruyère Tourisme participe chaque année activement à la mise en place de la promotion des remontées mécaniques fribourgeoises, centralisées à Fribourg Region. Les éléments clés de ces actions sont la présence au niveau national sur les plateformes de Suisse Tourisme, l'action des 3^e primaires, la vente des abonnements, la création de nouveaux produits et la vente de nos forfaits. En 2012, comme en 2011, des nouveaux produits ont bien fonctionné comme le set des 3 cartes journalières.



Set des 3 cartes journalières

Diverses actions

En collaboration avec nos partenaires, La Gruyère Tourisme a eu l'occasion d'effectuer une multitude d'autres petites actions. On pourra citer notamment des promotions dans des médias spécialisés comme « Auf Reisen » ou « Loisirs.ch ». Nous avons également pu profiter d'un affichage un peu spécial à l'aéroport de Genève.



Bus « Gruyères » sur le tarmac de Genève Aéroport

Statistiques

Tout comme les nuitées, les visites dans les musées et autres sites touristiques de la région sont également en hausse d'env. +3.8% en 2012.

Les principales attractions de La Gruyère ont généré près de 760'000 visites en 2012 prouvant ainsi que La Gruyère constitue une destination touristique importante en Suisse. A noter que les 200'000 entrées aux Bains de La Gruyère, qui contribuent aussi fortement à l'attractivité de la région, ne sont pas reprises dans ce tableau.

La dynamique de ces dernières années est en marche et porte le record de fréquentation encore plus haut.

Ces statistiques démontrent également que les attractions et les autres offres de La Gruyère sont complémentaires et bénéficient les unes des autres. La dynamique positive s'explique aussi par le travail mené conjointement dans la promotion de ces offres auprès des clients finaux.

Le tableau ci-dessous provient de l'UFT que nous remercions pour sa mise à disposition.

FRIBOURG REGION: MUSÉES ET AUTRES LIEUX DE VISITE

	VISITEURS		ÉVOLUTION
	2011	2012	2011 - 2012
La Maison Cailler, Broc	350'500	362'723	3 %
Electrobroc, Broc	15'003	14'338	- 4 %
Musée grüérien, Bulle	en rénovation		24'900
Musée de Charmey, Charmey	10'260	4'500	- 56 %
Musée des grenouilles, Estavayer-le-Lac	6'378	7'163	12 %
Centre d'Art contemporain Fri-Art, Fribourg	4'740	4'856	2 %
Chemins de Fer du Kaeserberg, Fribourg	9'225	12'758	38 %
Espace J. Tinguely - N. de St Phalle, Fribourg	23'597	19'202	- 19 %
Musée d'Art et d'Histoire, Fribourg	13'702	14'335	5 %
Musée de la bière Cardinal, Fribourg	700	756	8 %
Musée Gutenberg, Fribourg	11'409	12'000	5 %
Musée d'histoire naturelle, Fribourg	60'112	59'558	- 1 %
Musée suisse de la machine à coudre, Fribourg	4'980	4'980	0 %
Musée suisse de la marionnette, Fribourg	2'962	2'892	- 2 %
Village lacustre, Gletterens	13'000	14'000	8 %
Château de Gruyères, Gruyères	186'763	179'146	- 4 %
Musée HR Giger, Gruyères	34'987	36'866	5 %
Tibet Museum, Gruyères	5'397	5'936	10 %
Cantorama, Jaun	2'607	2'837	9 %
Papillorama, Kerzers	235'000	230'000	- 2 %
Musée du Papier peint, Mézières	2'400	2'200	- 8 %
Museum Murten, Murten	3'700	4'400	19 %
La Maison du Gruyère, Pringy	141'322	142'757	1 %
Vitromusée, Romont	17'461	14'450	- 17 %
Sensler Museum, Tafers	6'611	4'836	- 27 %
Musée romain, Vallon	5'721	5'627	- 2 %



Comptes

LA GRUYERE TOURISME - COMPTES 2012 - BUDGET 2012 - 2013

	Budget 2012	Comptes 2012	Budget 2013
Comptes de fonctionnement			
Charges ordinaires			
Administration / Matériel	55'000.00	66'335.05	55'000.00
Locations / frais locaux	70'000.00	72'372.08	70'000.00
Organes / Comité / Honoraires	5'000.00	4'594.76	5'000.00
Expéditions / Envois	10'000.00	9'759.89	10'000.00
Centrale informations	10'000.00	8'463.50	10'000.00
Charges salariales administration	168'000.00	166'668.95	170'000.00
Amortissements	30'000.00	12'125.00	30'000.00
TVA	inclus	31'432.54	inclus
	348'000.00	371'751.77	350'000.00
Recettes			
Communes de la Gruyère	156'000.00	164'164.66	153'650.00
Part. TS aux frais administratifs	100'000.00	104'884.81	100'000.00
Contribution OT - UFT	32'000.00	32'400.00	32'000.00
Autres contributions	60'000.00	70'374.25	65'000.00
	348'000.00	371'823.72	350'650.00
Bénéfice/perte	0.00	71.95	650.00
Promotion			
Recettes			
Communes de la Gruyère	312'000.00	304'174.34	314'350.00
Communes Poles	255'000.00	255'000.00	255'000.00
Fonds marketing - UFT	138'000.00	133'078.00	127'650.00
CA Sorties d'entreprises	150'000.00	134'182.64	160'000.00
Vente forfaits et autres produits	105'000.00	111'769.41	108'000.00
Charges			
Actions marketing	305'000.00	248'358.00	295'000.00
Charges salariales marketing et accueil	465'000.00	473'569.70	470'000.00
Informatique / Internet	10'000.00	7'980.58	10'000.00
Brochures / Calendriers	45'000.00	67'792.29	50'000.00
Salons / Foires	5'000.00	4'358.38	10'000.00
Prestataires touristiques	130'000.00	136'145.44	130'000.00
	960'000.00	938'204.39	965'000.00
Taxes de séjour			
Taxes de Séjour	330'000.00	323'403.33	330'000.00
Mandat Charmey	150'000.00	144'444.44	150'000.00
Mandat Gratia	80'000.00	74'074.08	80'000.00
Part. TS aux frais administratifs	100'000.00	104'884.81	100'000.00
	330'000.00	323'403.33	330'000.00
Total Charges	1'638'000.00	1'633'359.49	1'645'000.00
Total Recettes	1'638'000.00	1'633'431.44	1'645'650.00
Bénéfice/Perte	0.00	71.95	650.00

Bilan au 31 décembre 2012

BILAN 2012	ACTIF	PASSIF
ACTIFS		
Caisse	SFr. 6'232.55	
Banques	SFr. 59'785.55	
Titres	SFr. 201.00	
Stock	SFr. 1.00	
Débiteurs	SFr. 95'626.01	
Actifs transitoires	SFr. 11'117.70	
Impôt anticipé	SFr. 219.29	
Mobilier	SFr. 1.00	
Machines de bureau	SFr. 1.00	
Accueil	SFr. 63'500.00	
PASSIFS		
Banques		SFr. 75'000.00
Créanciers		SFr. 70'900.45
Provisions		SFr. 70'215.00
Provision Marketing		SFr. 14'800.00
Provision perte s/débiteurs		SFr. 1'650.00
CAPITAL		
Solde au 1er janvier 2012		SFr. 4'047.70
Résultat de l'année		SFr. 71.95
Solde au 31 décembre 2012		SFr. 4'119.65
	SFr. 236'685.10	SFr. 236'685.10





Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'assemblée générale des membres de l'association

LA GRUYÈRE TOURISME A BULLE

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte d'exploitation) de l'association *LA GRUYERE TOURISME* pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2012. Le contrôle restreint des indications de l'exercice précédent mentionnées dans les comptes annuels a été effectué par un autre organe de révision.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au comité directeur alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ne font pas partie de ce contrôle.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels sont conformes à la loi et aux statuts.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

Bulle, le 15 avril 2013

FIDUCIAIRE RUFFIEUX SA


Jean-José Ruffieux
Expert réviseur agréé


Murielle Jaquet
Révisseure agréée

Annexes:

- comptes annuels

Activités 2013

Activités 2013

Planification des principales activités marketing 2013

Voici ci-dessous la liste de nos principales activités marketing pour 2013. Les marchés prioritaires (Suisse, France, Allemagne) seront travaillés de plusieurs manières avec du web, des foires et du cross-marketing.

Actions Marketing

Campagnes Suisse Tourisme avec Fribourg Region (Suisse, France, Allemagne, Espagne)

Concept de signalétique, orientation des touristes

Diverses publicités (loisirs, randonnées, attractions touristiques, offices du tourisme)

Campagne de promotion des principaux forfaits de La Gruyère (principale cible: la Suisse)

Collaborations marketing avec les destinations de La Gruyère

Collaboration promotionnelle aux manifestations de grande envergure

Organisation de concours
(week-ends en Gruyère à gagner, cible: Suisse, France, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni)

Campagne Hiver des stations fribourgeoises

Accueil de journalistes et groupes médias

Développement de notre site internet et des technologies adéquates

Développement de la plateforme de réservation en ligne TOMAS (hôtellerie, parahôtellerie, e-shop)

Développement du sponsoring sur nos plateformes

Développement d'offres touristiques avec les transports publics

Recherche de sorties de groupes et de séminaires

Edition de brochures

Brochure générale de la région 2013

Brochures des destinations (Bulle, Gruyères-Moléson, Intyamont, Charmey, Lac, Jaun)

Brochure « Bulle à parcourir – circuit historique », en collaboration avec la SDBE et le Musée gruérien

Foires

Tour de Suisse 2013

STM 2013 (rencontre avec les agences de voyages et les tours operators)

Workshops et opportunités avec Fribourg Region



Remerciements

La Gruyère Tourisme remercie tous les partenaires et les prestataires pour leur engagement et l'excellente collaboration

Nous remercions également:

L'ÉTAT DE FRIBOURG

L'UNION FRIBOURGEOISE DU TOURISME

LES COMMUNES DE LA GRUYÈRE

LES SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT

pour leurs précieuses subventions.



www.la-gruyere.ch

PASSEPORT LA GRUYÈRE



Week-end,
2 nuits dès / ab / from

WWW.LA-GRUYERE.CH - TEL +41(0)848 424 424

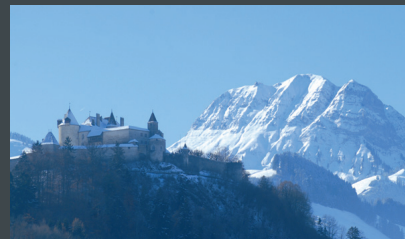
**PRIX PAR PERS.: 1, 2, OU 5 NUITS AVEC PETIT DÉJEUNER GRUERIEN - 1 BOISSON DE BIENVENUE
1 SOIRÉE FONDUE - 1 PASS AVEC VISITES TOURISTIQUES GRATUITES D'UNE VALEUR DE CHF 75.-**

**PREIS PRO PERS.: 1, 2, ODER 5 ÜBERNÄCHTUNGEN MIT GREYERZER-FRÜHSTÜCK - 1 WILLKOMMENS-DRINK
1 FONDUE-ABEND - 1 PASS MIT KOSTLOSEN TOURISTISCHEN BESUCHEN IM WERT VON CHF 75.-**

**PRICE PER PERS.: 1, 2, OR 5 OVERNIGHTS WITH GRUYERE BREAKFAST - 1 WELCOME DRINK
1 FONDUE EVENING, 1 TOURIST CARD WORTH CHF 75.- FOR FREE ENTRIES TO TOURIST SITES**

119.-





La Gruyère Tourisme

Place des Alpes 26
Case postale 593
CH-1630 Bulle
SWITZERLAND

T +41 (0)848 424 424
F +41 (0)26 919 85 01
info@la-gruyere.ch

www.la-gruyere.ch

