

## Communiqué de presse

### Nouvelles présidence et instances à la tête de l'UFT

12 juin 2019. Jean-Jacques Marti passe le témoin à Jean-Pierre Doutaz comme président de l'Union fribourgeoise du Tourisme. Dans le contexte de la simplification de ses structures, l'organe faîtière du tourisme fribourgeois réduit le nombre des membres de son Comité et renforce le rôle des commissions et groupes de travail. Cette assemblée générale 2019 revient également sur le bilan 2018 avec une hausse des nuitées de 3,3% en hôtellerie. Le marketing mise avec succès sur le digital avec à la clé la plus grande communauté Facebook du canton.

L'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT) tient ce jour à Bulle ses assises 2019 sous le signe du changement et du partage de compétences. Elu président, Jean-Pierre Doutaz succède à Jean-Jacques Marti souhaitant remettre son mandat après 22 ans passés au service du tourisme fribourgeois dont 12 au sein de l'Association cantonale. Au bénéfice d'excellentes connaissances des milieux économiques et politiques, le nouveau président œuvre comme syndic de la ville de Gruyères depuis 2006 et est membre du Grand Conseil fribourgeois.

Au renouvellement de la présidence s'ajoute le remaniement des organes de l'institution. Réduit à 9 membres, contre 13 auparavant, le Comité de l'UFT se complète dorénavant de deux commissions (marketing et finances) et de groupes de travail nommés de façon ponctuelle. Il souhaite ainsi accentuer le rôle de ces instances en y intégrant les spécialistes et acteurs de la branche se trouvant au cœur de l'activité touristique. Cette 94<sup>e</sup> assemblée générale est l'occasion également de nommer Jean-Jacques Marti, président d'honneur, ainsi que trois autres membres d'honneur en remerciement de leur engagement particulier.

La refonte de l'institution cantonale s'inscrit dans le contexte du projet « DMO X – Lean Destination Management » visant une mise en réseau des compétences et une simplification des structures touristiques du canton. En 2018 s'achèvent les quatre premières phases du processus, soit la formalisation de la démarche, l'analyse des organisations touristiques, l'optimisation des structures et le catalogue d'une cinquantaine de recommandations. Bénéficiant du soutien d'Innotour, le projet se poursuivra sur trois ans par l'implémentation des mesures proposées.

### Nuitées hôtelières en hausse

Au niveau du bilan touristique 2018, Fribourg Région présente un résultat stable avec près de 1,68 million de nuitées. Constat réjouissant du côté de l'hôtellerie avec +3,3% où les villes affichent de sensibles augmentations. De nouveaux types d'hébergements parahôtelières, à l'image des chambres d'hôtes, voient le jour et influent de manière favorable sur les nuitées classées dans la catégorie d'institutions à service hôtelier. Les Suisses constituent avec 62,7% la clientèle la plus fidèle avec un regain d'intérêt du marché français progressant de 12 %.

Avec près 1,2 million d'entrées, le top 5 des attractions démontre l'importance de l'excursionnisme, véritable socle du tourisme fribourgeois. Si en 2018 les saisons d'été et d'automne ensoleillées péjorent légèrement le nombre de visiteurs de la Maison Cailler et du Papiliorama, elles n'ont que peu d'influence sur l'attractivité des Bains de la Gruyère, de La Maison du Gruyère et du Château de Gruyères. Le défi consiste toutefois à agir sur le flux des hôtes en les incitant à poursuivre leur séjour par une nuitée.

### **Les influenceurs comme ambassadeurs**

Du côté marketing, Fribourg Région mise sur l'interaction des réseaux sociaux. Sa page Facebook compte à ce jour près de 43'000 fans, soit la communauté la plus importante du canton, avant même Fribourg Gottéron. Instagram voit son trafic doubler au fil des mois, pour atteindre 14'000 abonnés. L'équipe digitale réalise à l'interne 34 vidéos dont 12 pour Fribourgissima ainsi que certaines en collaboration avec Terroir Fribourg et les OTR. Afin de créer de la viralité sur le net, Fribourg Région fait de plus appel à des influenceurs à l'exemple de la blogueuse grisonne, Kitkat\_ch ou de Zimy da Kid, créateur de contenus lausannois.

En partenariat avec les sept Organisations touristiques régionales, l'UFT initie en 2018 sa propre campagne suisse marketing avec notamment publiereportages et annonces touchant plus de 10 millions de lecteurs. Elle s'associe à la nouvelle campagne automne de Suisse Tourisme « Eveille tes sens » visant également le marché national. Sur les campagnes internationales, à relever du côté français, l'action individuelle « Racontez-nous Fribourg Région » menée avec le Courrier International - qualifié de plus grande rédaction du monde - avec près de 14,5 millions de contacts !

### **Une seule et unique récolte de données**

Parmi les chantiers en cours, l'Observatoire fribourgeois du Tourisme se charge du projet pilote « CheckIn-FR » avec l'ambition de faciliter - par la digitalisation - l'enregistrement des hôtes auprès des hébergeurs. Développée dans un premier temps dans le canton de Fribourg, cette plateforme pleinement opérationnelle au 1<sup>er</sup> janvier 2020 pourra être adaptée à d'autres structures touristiques selon leurs besoins spécifiques.

La version digitale du rapport d'activité 2018 complétée de statistiques et d'interviews est à consulter sous : <http://www.fribourgregion.ch/rap2018>

### **Pour plus d'informations :**

**Pierre-Alain Morard, Directeur de l'Union fribourgeoise du Tourisme**  
tél. 075 434 97 96, courriel [secretariat@fribourgregion.ch](mailto:secretariat@fribourgregion.ch).