

EDITION FRANÇAISE

Rapport d'activité 2011

87^{ème} exercice
Union fribourgeoise du Tourisme



LES NUITÉES AU SOMMET

Malgré un contexte économique difficile et la force du franc suisse, Fribourg Région a su tirer son épingle du jeu. Elle enregistre non seulement une évolution de ses nuitées mais atteint un record au niveau hôtelier avec 430'000 nuitées. Un résultat exemplaire sur le plan national puisqu'il s'agit de la plus forte progression relative de toutes les régions touristiques suisses.

L'an dernier, fidèle au mandat attribué par l'Etat, l'UFT a poursuivi ses missions au service du tourisme fribourgeois en faveur de ses hôtes comme celle de ses partenaires. Soutenues par le Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg dont l'UFT assure le secrétariat, quatre nouvelles installations de remontées mécaniques ont été mises en service à fin 2011. L'attractivité de nos stations des Alpes fribourgeoises se trouve ainsi renforcée, en saison d'hiver comme en été.

L'inventaire du réseau pédestre cantonal se solde en 2011 par une reconnaissance officielle de l'Etat de Fribourg. Il comprend désormais 1'760 km d'itinéraires dont le balisage est assuré par notre service de réseaux de randonnée en collaboration étroite avec les offices du tourisme et les communes concernés.

Dans le cadre d'Enjoy Switzerland FRIBOURG REGION, plusieurs mesures sont mises en œuvre durant l'année à l'image de l'action «Spécialités fribourgeoises», de l'analyse de la mise en scène des destinations ou de la création du Pass PROtourism. Ce projet par ses nombreuses interactions a permis de réunir à la même table divers acteurs cantonaux, non seulement professionnels du tourisme mais également représentants des milieux économiques, politiques et culturels.

En 2011, le Comité de l'UFT a eu la tâche de trouver un successeur à Nicolas Zapf, directeur démissionnaire. Il peut désormais compter sur l'engagement et les compétences de Thomas Steiner, aux commandes du tourisme fribourgeois depuis le 1er octobre



AVANT-PROPOS

dernier. Cet expert scientifique à la base notamment du rapport «Vision 2030» passe ainsi avec bonheur, comme il aime à le dire, de la théorie à la pratique.

Au niveau légal, le renouvellement de reconnaissance des Organisations touristiques régionales et des Sociétés de développement incombe à l'UFT. Il s'agit pour la prochaine législature 2012-2016 de poursuivre la reconnaissance officielle des instances touristiques du canton. Une fois les documents requis examinés et les exigences légales remplies, le Comité de l'UFT a dès lors reconnu - pour les cinq prochaines années - sept Organisations touristiques régionales et treize Sociétés de développement.

Le tourisme fribourgeois poursuit sa progression grâce au travail des régions et à celui de l'UFT, mes remerciements s'adressent ainsi à chaque collaboratrice et collaborateur, leur travail est précieux. FRIBOURG REGION, à l'instar du canton, s'inscrit au fil des ans comme une destination modèle !

Jean-Jacques Marti
Président de l'UFT

REGARDS CROISÉS

Thomas Steiner succède à Nicolas Zapf à la tête de l'UFT en octobre dernier. Regards croisés des deux directeurs sur 2011 et les enjeux à venir.

Quel regard portez-vous sur le tourisme fribourgeois ?

Nicolas Zapf : Les excellents résultats engendrés depuis quelques années démontrent que le tourisme fribourgeois est dans une dynamique positive. Celle-ci devrait définitivement convaincre les décideurs politiques à valoriser ce secteur et les responsables économiques à investir dans cette branche. Nous progressons car notre potentiel n'est pas encore entièrement exploité mais notre retard dans les infrastructures risque par contre de freiner cet élan.

Quels ont été les moments forts vécus en 2011 ?

Thomas Steiner : Mon arrivée à l'UFT, l'accueil était chaleureux. J'ai la chance de travailler avec une équipe jeune, dynamique et très professionnelle. Les relations avec le comité et avec notre président sont excellentes.

Autre point fort : l'évolution réjouissante des nuitées fribourgeoises. Ces dernières progressent et dépassent, durant tous les mois de 2011, les chiffres des années précédentes. C'est une année record !

Comment est perçue l'image de l'Union fribourgeoise du Tourisme ?

Nicolas Zapf : Son travail est encore trop méconnu mais sa visibilité s'est renforcée. Son double rôle de service cantonal du tourisme et d'organisme marketing n'est pas toujours bien compris et se reflète dans la problématique de ses deux noms «Union fribourgeoise du Tourisme» et «Fribourg Région». Je pense toutefois que son travail est apprécié de la part des partenaires que sont les destinations cantonales et les prestataires.

Selon vous, à quoi va ressembler le tourisme du futur ?

Thomas Steiner : Dans un futur proche, nous aurons réalisé les objectifs de Vision 2030 et ainsi préparé la marche du tourisme fribourgeois vers le 22^e siècle. A plus long terme, une pénurie de carburants rendra les déplacements à longue distance significativement plus chers. Le tourisme de proximité pourrait prédominer. La globalisation aura rendue toutes les offres touristiques plus

ou moins semblables, mais quelques perles touristiques fortes feront la différence ; à l'évidence les produits fribourgeois, répondant aux besoins des touristes en quête de sens et d'expériences profondes. Le tourisme fribourgeois aura trouvé sa recette pour un développement durable.

Comment rendre « vos » vacances à tous deux inoubliables ?

Nicolas Zapf : C'est un subtil mélange d'originalité, d'unicité et de personnalisation. Je n'aime pas les vacances dites de «masse», les grands groupes qui suivent un programme convenu d'avance. Je souhaite vivre une expérience surprenante et enrichissante. Dès lors et selon ces critères, notre destination «Fribourg Région» permet vraiment de vivre des vacances inoubliables.

Thomas Steiner : D'une manière générale, des vacances heureuses se résument à peu d'éléments : une chaise longue, du soleil, quelques produits du terroir, un livre de Ramuz pour un petit supplément d'âme - et ma famille bien sûr...



SOMMAIRE

AVANT-PROPOS

2

- 1. BILAN TOURISTIQUE
- 1.1. Envol des nuitées hôtelières
- 1.2. Stabilité de la parahôtellerie
- 1.3. Résultats des stations
- 1.4. Excursionnisme plébiscité

4
5
6
6
7

- 2. ACTIVITÉS INSTITUTIONNELLES
- 2.1. Missions
- 2.2. Représentations
- 2.3. Activités statutaires
- 2.4. Communication institutionnelle
- 2.5. Labellisations

8
9
9
10
10
10

- 3. PRESTATIONS EN FAVEUR DE L'ETAT
- 3.1. Fonds d'équipement touristique
- 3.2. Taxe de séjour
- 3.3. Défense d'intérêts

11
11
11
11

4. MARKETING

12

- 4.1. Campagnes et marchés
- 4.1.1. Campagne suisse
- 4.1.2. Campagnes internationales de Suisse Tourisme
- 4.1.3. Activités marchés français, allemand, espagnol
- 4.2. Actions promotionnelles
- 4.3. Communication marketing et information

13
13
13
14
15
16

5. BUSINESS & DEVELOPMENT

20

- 5.1. Enjoy Switzerland FRIBOURG REGION
- 5.2. Fri2bike

21
21

6. RÉSEAUX DE RANDONNÉE

22

- 6.1. Réseaux cyclotouristique, rollers et VTT
- 6.2. Réseau pédestre

23
23

REMERCIEMENTS
ORGANES ET MEMBRES
COMPTES 2011

25
26
30

1. BILAN
TOURISTIQUE

Le tourisme suisse vit une année difficile avec un recul de 2% des nuitées hôtelières, soit 722'000 unités. La baisse est essentiellement due à la force du franc suisse. Ainsi, au niveau des nuitées étrangères, le recul se chiffre à 3,5%, exposant les prestataires touristiques à des défis structurels. Ce bilan confirme la sensibilité du tourisme suisse à la globalisation des marchés.

Tout au contraire du tourisme fribourgeois! Tous secteurs confondus, FRIBOURG REGION passe le cap des 1,806 mio de nuitées surpassant ainsi le record enregistré en 2008.

1.1. Envol des nuitées hôtelières

FRIBOURG REGION bénéficie d'une année record sur plusieurs plans: les nuitées hôtelières progressent de 6,8% et dépassent - pour tous les mois de l'année - les chiffres enregistrés par l'Office fédéral de la statistique depuis 1992. Ce résultat représente la plus forte progression relative de toutes les destinations touristiques suisses dont seules six voient leurs nuitées évoluer.

ANNÉE 2011

tées hôtelières progressent de 6,8% et dépassent - pour tous les mois de l'année - les chiffres enregistrés par l'Office fédéral de la statistique depuis 1992. Ce résultat représente la plus forte progression relative de toutes les destinations touristiques suisses dont seules six voient leurs nuitées évoluer.

Ce résultat exceptionnel s'explique en grande partie par une offre hôtelière nouvelle ou renouvelée. Il convient d'y ajouter la prédominance d'une clientèle nationale (env. 65%), des prix peu élevés en comparaison d'autres destinations phares de Suisse ainsi qu'un bon rapport prestations/prix au niveau des forfaits proposés.

FRIBOURG REGION: NUITÉES DANS LES
DIFFÉRENTS TYPES D'HÉBERGEMENT

HÉBERGEMENT	2009	2010	2011	ÉVOLUTION 10 -11
Hôtels (selon données OFS)	392'897	403'096	430'544	6.8 %
Hôtels (selon données UFT)	346'692	357'721	383'439	7.2 %
Location de chalets et appartements de vacances (c)	45'529	48'684	51'994	6.8 %
Résidences secondaires (r)	557'438	555'806	545'303	- 1.9 %
Campings (nuitées résidentielles) (r)	365'010	362'060	359'795	- 0.6 %
Campings (nuitées de passage) (c)	43'143	40'623	43'559	7.2 %
Colonies de vacances (c)	240'265	231'344	225'179	- 2.7 %
Bateaux habitables (r)	63'737	61'619	64'066	4.0 %
Subtotal	1'315'122	1'300'136	1'289'896	- 0.8 %
Institutions à service hôtelier (c)	77'854	77'261	83'772	8.4 %
Instituts, pensionnats, Université (r)	44'753	47'841	49'549	3.6 %
Subtotal « autres établissements »	122'607	125'102	133'321	6.6 %
Total parahôtellerie	1'437'729	1'425'238	1'423'217	- 0.1 %
Total	1'784'421	1'782'959	1'806'656	1.3 %
Secteur commercial (selon TS)	753'483	755'633	787'943	4.3 %
Secteur résidentiel (selon TS)	1'030'938	1'027'326	1'018'713	- 0.8 %

(c) = commercial (r) = résidentiel

Tableau établi sur la base des nuitées « taxes de séjour » enregistrées par la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour de l'UFT.

1.2. Stabilité de la parahôtellerie

En majorité résidentielle, la parahôtellerie est par le fait moins sensible à la conjoncture. Le bilan cantonal au niveau de l'hébergement se veut stable avec un total de plus de 1.4 mio de nuitées. Si les secteurs «hébergement collectif», «forfaits propriétaires» enregistrent des diminutions de nuitées, les «locations de chalets & appartements» et «campings de passage» augmentent de 6.8%, respectivement 7.2%.

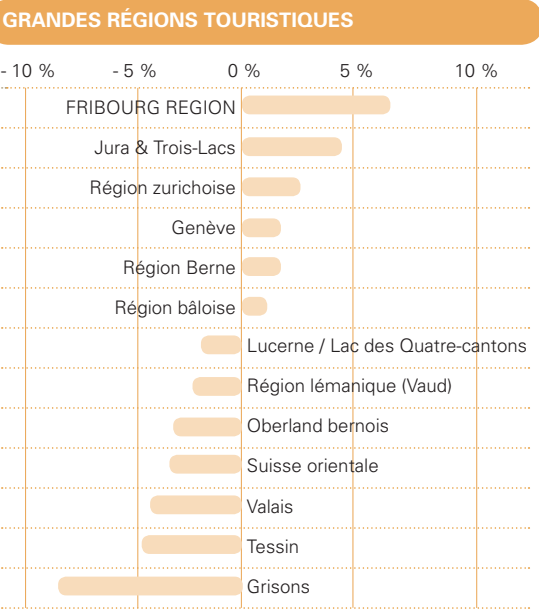
1.3. Résultats des stations

L'évolution dans les destinations de FRIBOURG REGION prend un chemin différent selon le type d'hébergement.

Au niveau de l'hôtellerie, les gains les plus importants en nombre de nuitées concernent Bulle (+60.1%), Gruyères/Moléson (+14.5%) et Fribourg et environs (+10.9%). Ces progressions spectaculaires s'expliquent notamment par l'ouverture, la rénovation ou la réouverture d'établissements. Font toutefois exception à cette évolution d'ensemble, les résultats de Châtel-St-Denis/Les Paccots, Charmey ou Romont ; ces baisses résultent de réductions durables ou temporaires de l'exploitation de certains hôtels.

La parahôtellerie rencontre également des résultats variables selon les destinations. L'évolution la plus marquée touche la SD de Broc, Botterens, Villarbeney et Morlon (+15.4%) alors qu'un recul substantiel est enregistré à Bulle (-8.5%) et à Jaun (-6.3%).

SUISSE: ÉVOLUTION DES NUITÉES



FRIBOURG REGION: ACTIVITÉ PAR SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT (SD)

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT	HÔTELLERIE		EVOLUTION 10 - 11	PARAHÔTELLERIE		EVOLUTION 10 - 11	TOTAL		EVOLUTION 10 - 11
	2010	2011		2010	2011		2010	2011	
Broc, Botterens, Villarbeney, Morlon	6'729	7'130	6.0 %	14'316	16'525	15.4 %	21'045	23'655	12.4 %
Bulle	22'956	36'751	60.1 %	16'721	15'305	- 8.5 %	39'677	52'056	31.2 %
Charmey, Châtel, Cerniat, Crésuz	33'336	30'023	- 9.9 %	125'298	129'408	3.3 %	158'634	159'431	0.5 %
Châtel-St-Denis, Les Paccots	4'381	3'274	- 25.3 %	99'112	94'524	- 4.6 %	103'493	97'798	- 5.5 %
Cheyres, Châbles *				99'517	101'856	2.4 %	99'517	101'856	2.4 %
Delley, Gletterens, Portalban *				180'846	181'688	0.5 %	180'846	181'688	0.5 %
Düdingen	4'390	4'914	11.9 %	25'727	25'687	- 0.2 %	30'117	30'601	1.6 %
Estavayer-le-Lac et environs	22'446	22'924	2.1 %	111'748	113'538	1.6 %	134'194	136'462	1.7 %
Fribourg et environs	126'169	139'926	10.9 %	76'635	79'789	4.1 %	202'804	219'715	8.3 %
Gruyères, Moléson	18'181	20'823	14.5 %	77'837	76'288	- 2.0 %	96'018	97'111	1.1 %
Intyamont	3'165	3'893	23.0 %	70'309	68'179	- 3.0 %	73'474	72'072	- 1.9 %
Jaun, Im Fang *				54'115	50'704	- 6.3 %	54'115	50'704	- 6.3 %
Kerzers	2'001	2'288	14.03 %	154	149	- 3.2 %	2'155	2'437	13.1 %
Lac de la Gruyère	8'979	7'322	- 18.5 %	79'363	78'888	- 0.6 %	88'342	86'210	- 2.4 %
Murten et environs	59'087	56'578	- 4.2 %	49'144	51'009	3.8 %	108'231	107'587	- 0.6 %
Romont	4'488	4'119	- 8.2 %	2'212	2'323	5.0 %	6'700	6'442	- 3.9 %
Schwarzsee, Plaffeien et environs	18'796	19'283	2.6 %	123'715	123'670	0.0 %	142'511	142'953	0.3 %
Le Vully	7'249	7'149	- 1.4 %	133'317	131'615	- 1.3 %	140'566	138'764	- 1.3 %
Reste du canton	15'368	17'042	10.9 %	85'152	82'072	- 3.6 %	100'520	99'114	- 1.4 %
Total général	357'721	383'439	7.2 %	1'425'238	1'423'217	- 0.1 %	1'782'959	1'806'656	1.3 %

* Chiffres «Hôtellerie» non publiables (moins de 3 établissements en exploitation)

Tableau établi sur la base des nuitées «taxes de séjour» UFT

SUISSE ET FRIBOURG REGION: NUITÉES HÔTELIÈRES (y. c. les établissements de cure)

PROVENANCE DES HÔTES	SUISSE				FRIBOURG REGION			
	2010	2011	EVOLUTION 10 - 11	PARTS AU TOTAL 2011	2010	2011	EVOLUTION 10 - 11	PARTS AU TOTAL 2011
Suisse *	15'765'304	15'752'367	- 0.1 %	44.4 %	259'321	277'323	6.9 %	64.4 %
Allemagne *	5'816'520	5'207'892	- 10.5 %	14.7 %	36'341	40'659	11.9 %	9.4 %
France *	1'449'278	1'394'166	- 3.8 %	3.9 %	32'220	33'413	3.7 %	7.8 %
Italie	1'074'447	1'007'519	- 6.2 %	2.8 %	8'788	9'081	3.3 %	2.1 %
Grande-Bretagne *	1'853'557	1'699'747	- 8.3 %	4.8 %	5'734	7'625	33.0 %	1.8 %
Pays-Bas	989'543	847'438	- 14.4 %	2.4 %	6'388	5'063	- 20.7 %	1.2 %
Belgique	742'277	678'517	- 8.6 %	1.9 %	5'423	5'358	- 1.2 %	1.2 %
Espagne *	449'824	451'463	0.4 %	1.3 %	5'583	6'809	22.0 %	1.6 %
USA	1'506'435	1'492'131	- 0.9 %	4.2 %	6'227	7'491	20.3 %	1.7 %
Autres	6'560'627	6'955'016	6.0 %	19.6 %	37'071	37'722	1.8 %	8.8 %
Total étranger	20'442'508	19'733'889	- 3.5 %	55.6 %	143'775	153'221	6.6 %	35.6 %
Total général	36'207'812	35'486'256	- 2.0 %	100.0 %	403'096	430'544	6.8 %	100.0 %

* Marchés régulièrement travaillés par l'UFT

Données selon l'OFS - les nuitées couvrent l'intégralité de la clientèle y compris les parts de celles exemptées de la taxe de séjour.

1.4. Excursionnisme plébiscité

La fréquentation des lieux dits d'excursion fluctue au gré de la météo. Les responsables des musées et autres lieux de visite se déclarent pour la plupart satisfaits de 2011.

La Maison Cailler à Broc remporte la palme avec plus de 350'000 visiteurs, suivie par le Papiliorama à Kerzers avec 235'000 entrées.



FRIBOURG REGION: MUSÉES ET AUTRES LIEUX DE VISITE

	VISITEURS		ÉVOLUTION 10 - 11
	2010	2011	
La Maison Cailler, Broc	287'504	350'500	22 %
Electrobroc, Broc	14'193	15'003	6 %
Musée grüerien, Bulle	16'220	en rénovation	
Musée de Charmey, Charmey	11'000	10'260	- 7 %
Musée des grenouilles, Estavayer-le-Lac	5'800	6'378	10 %
Centre d'Art contemporain Fri-Art, Fribourg	4'797	4'740	- 1 %
Chemins de Fer du Kaeserberg, Fribourg	10'347	9'225	- 11 %
Espace J. Tinguely - N. de St Phalle, Fribourg	14'746	23'597	60 %
Musée d'Art et d'Histoire, Fribourg	14'587	13'702	- 6 %
Musée de la bière Cardinal, Fribourg	2'500	700	- 72 %
Musée Gutenberg, Fribourg	9'960	11'409	15 %
Musée d'histoire naturelle, Fribourg	59'342	60'112	1 %
Musée suisse de la machine à coudre, Fribourg	5'300	4'980	- 6 %
Musée suisse de la marionnette, Fribourg	2'937	2'962	1 %
Village lacustre, Gletterens	12'200	13'000	7 %
Château de Gruyères, Gruyères	176'973	186'763	6 %
Musée HR Giger, Gruyères	34'421	34'987	2 %
Tibet Museum, Gruyères	4'400	5'397	23 %
Cantorama, Jaun	1'733	2'607	50 %
Papiliorama, Kerzers	222'400	235'000	6 %
Musée du Papier peint, Mézières	2'700	2'400	- 11 %
Museum Murten, Murten	3'000	3'700	23 %
La Maison du Gruyère, Pringy	140'122	141'322	1 %
Vitromusée, Romont	15'150	17'461	15 %
Sensler Museum, Tafers	5'122	6'611	29 %
Musée romain, Vallon	6'163	5'721	- 7 %

2. ACTIVITÉS INSTITUTIONNELLES

2.1. Missions

L'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT) est une association de droit privé d'utilité publique. Sa mission globale est «le développement d'un tourisme privilégiant la valorisation du patrimoine naturel et culturel du Canton de Fribourg et les caractéristiques propres de ses régions géographiques». Ses attributions selon la Loi sur le tourisme (LT) se résument en quatre tâches principales :

1. L'information et les prestations en faveur des hôtes.
2. Le marketing coordonné.
3. Les prestations de services : en faveur des Organisations touristiques régionales (OTR) et des Sociétés de développement (SD) - dont notamment la représentation des intérêts touristiques et la Centrale d'encaissement de la taxe de séjour ; en faveur de l'Etat de Fribourg - dont notamment les préavis relevant de la politique touristique cantonale.
4. La coordination globale des réseaux de randonnée officiels ainsi que celle de la mobilité touristique.

L'action de l'UFT se base sur quatre leviers :

1. La contribution annuelle de l'Etat de Fribourg.
2. Le produit de la taxe cantonale de séjour (TS).
3. Le Fonds de marketing touristique coordonné (FM) bénéficiant du soutien financier et de la coordination de l'UFT.
4. Le Fonds d'équipement touristique (FET) dont le secrétariat est assumé par l'UFT.

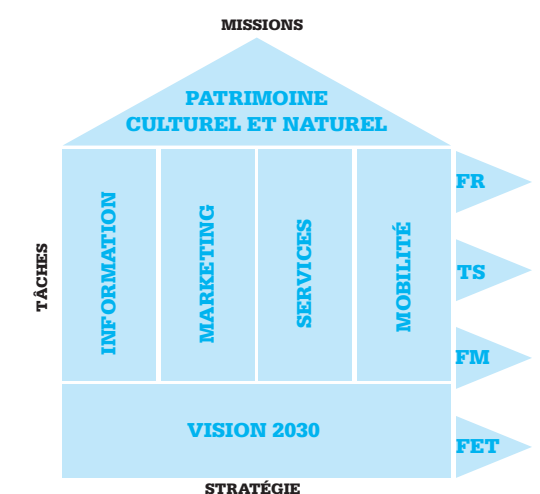
L'engagement de l'UFT en faveur du tourisme fribourgeois s'inscrit dans la « Vision 2030 - stratégie de développement du tourisme fribourgeois ». Pour remplir sa mission et assumer ses attributions, elle coopère intensivement avec les offices du tourisme et associations régionales dans le cadre de la conférence des directeurs régionaux (COD).

INSTITUTION

2.2. Représentations

Depuis fort longtemps, l'UFT se trouve en relation active, en tant que membre ou partenaire, de multiples communautés de travail ou institutions à caractère national, inter-cantonal ou régional, dont notamment Suisse Tourisme, la Fédération suisse du tourisme, Gastro-Fribourg, HotellerieSuisse Fribourg, la Conférence des directeurs des régions touristiques suisses, les Offices cantonaux de tourisme, l'Association suisse des managers en tourisme, l'Association internationale des experts scientifiques en tourisme, la fondation et la communauté d'intérêt SuisseMobile, ainsi que la Fédération suisse de randonnée pédestre.

Elle entretient des relations privilégiées avec de nombreux cercles et organismes liés au tourisme fribourgeois, comme les Produits du Terroir du Pays de Fribourg, les Transports publics fribourgeois, la Société de navigation sur les lacs de Neuchâtel et Morat SA, les Remontées mécaniques des Alpes Fribourgeoises, les musées et établissements d'activités indoor et outdoor, l'Association fribourgeoise de randonnée pédestre, les associations professionnelles et institutions culturelles diverses, les associations régionales de développement économique, les milieux économiques, ainsi que l'Etat de Fribourg.



2.3. Activités statutaires

Au chapitre des activités statutaires, l'assemblée générale 2011 se déroule le 11 mai à Espace Gruyère à Bulle, devant près de 130 personnes. Le procès-verbal peut être consulté sur le site www.fribouregion.ch/proces-verbal, site substantiellement amélioré et enrichi durant toute l'année par l'équipe Web de l'UFT.

Le Comité tient séance en 2011 à cinq reprises, le comité stratégique à 6 reprises. Sur proposition de la DEE, MM. Jean-Luc Mossier, nouveau directeur de la Promotion économique et Vincent Ducrot, nouveau directeur des TPF, sont nommés au sein du Comité en remplacement de MM. Bernard Chassot et Thierry Mauron, démissionnaires.

Les dossiers majeurs traités par le Comité se réfèrent aux affaires statutaires et administratives ordinaires et à la concrétisation de la stratégie de développement «Vision 2030». L'année dernière, cet organe se consacre également à la recherche ainsi qu'à la nomination du successeur de Nicolas Zapf, démissionnaire; le nouveau directeur, Thomas Steiner, entre en fonction le 1er octobre 2011.

2.4. Communication institutionnelle

Envoyée par courriel à 900 adresses et publiée sur Internet, la Newsletter institutionnelle de l'UFT «Tourisme Info» paraît en 2011 à deux reprises. L'hommage rendu à André Genoud - coordinateur cantonal retraité du tourisme pédestre et l'interview du nouveau directeur représentent les rubriques clickées en plus grand nombre.

Afin d'assurer une meilleure visibilité de l'institution et répondre aux principes directeurs de Vision 2030, une attention particulière est portée aux relations médias. Plusieurs communiqués de presse s'adressent aux médias régionaux, nationaux et spécialisés durant l'année; selon les sujets, certaines informations trouvent place dans les quotidiens d'outre Sarine.

A l'initiative de l'UFT, quelques représentants de la presse régionale se joignent au «post-convention tour» du voyage de presse international ST - dans le but notamment de saisir le regard des journalistes étrangers porté sur la Suisse et en particulier sur le Pays de Fribourg.

2.5. Labellisations

L'hôtellerie et les associations touristiques figurent en tête de classement des branches dotées du plus grand nombre de labels de qualité du tourisme suisse.

Dans le canton de Fribourg, neuf entreprises reçoivent ce label en 2011 dont deux, le très exigeant «niveau III», soit l'Hôtel Ibis Fribourg et l'Hôtel Le Vieux Manoir Relais & Châteaux à Morat.

La signature de la Charte du développement durable du tourisme suisse engage l'UFT à poursuivre ses efforts dans ce secteur. L'institution apporte aussi son soutien aux établissements hôteliers et parahôteliers en vue de l'obtention des labels «Steinbock» et «Eco Label», ceci dans le cadre de la stratégie de développement durable du canton de Fribourg.



3. PRESTATIONS EN FAVEUR DE L'ETAT

3.1. Fonds d'équipement touristique

Afin de poursuivre son action d'appui au développement structurel, le Fonds d'équipement touristique siège à deux reprises en 2011. Le Comité de gestion du fonds, dont l'UFT assume le secrétariat, confirme des engagements pluriannuels antérieurs à hauteur de 953'000 francs et décide de l'octroi d'aides financières ordinaires - soit une prise en charge partielle d'intérêts - en faveur des bénéficiaires suivants:

- Hôtel Aux Remparts à Fribourg: transformation d'une ancienne usine en hôtel ***;
- Les Bains de Charmey en Gruyère SA: prolongation de l'aide;
- Hôtel Ermitage aux Paccots: prolongation de l'aide;
- Hôtel Alpha à Fribourg: rénovation et agrandissement;
- Remontées mécaniques fribourgeoises: Télécabine Charmey-Les Dents Vertes en Gruyère SA, déplacement de la station aval du télésiège «La Scie – Vounetse».

3.2. Taxe de séjour

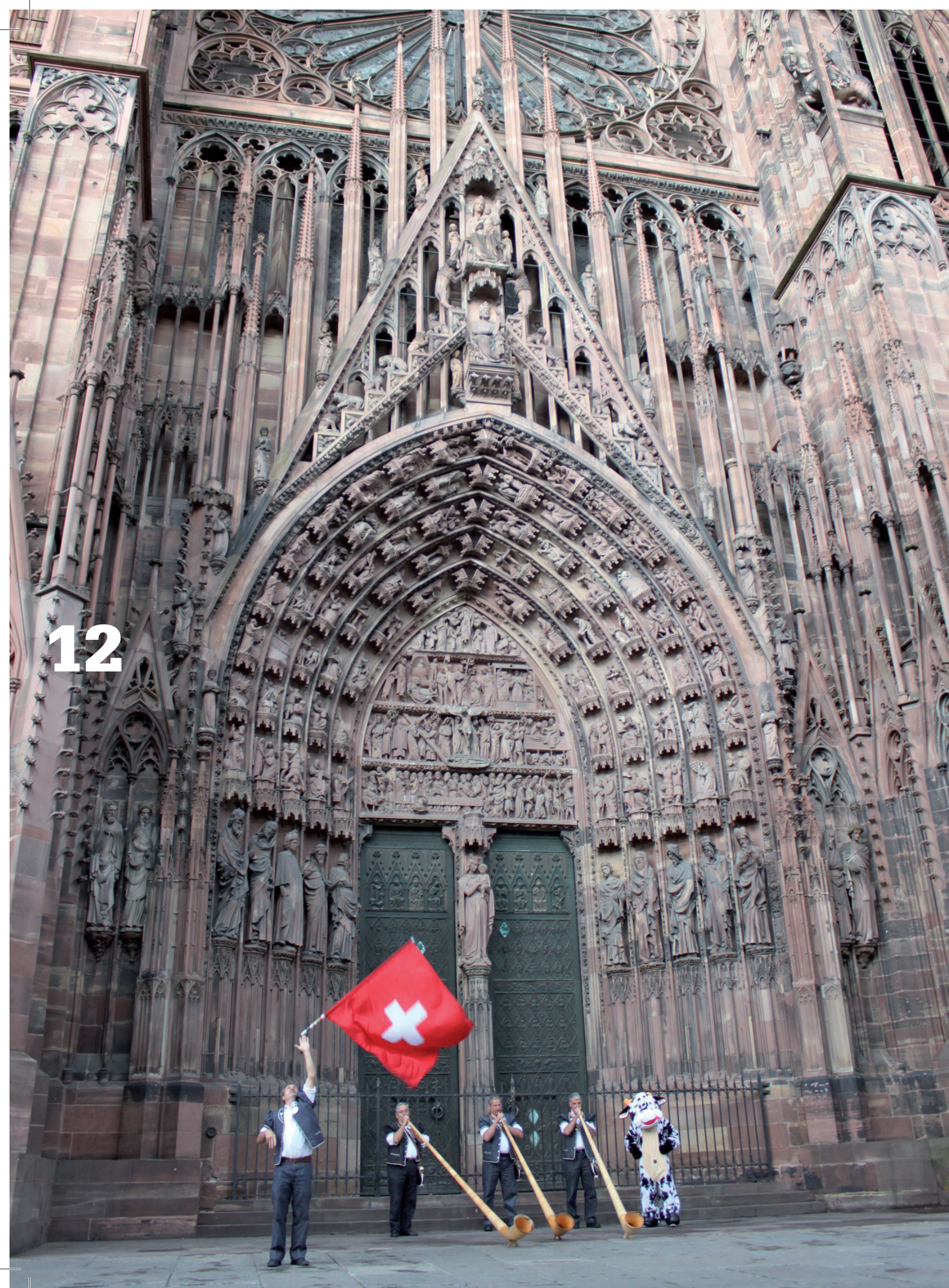
Le produit 2011 de la taxe cantonale de séjour s'élève à 1,38 mio de francs. Il est significativement supérieur à celui de l'exercice précédent et suit par le fait la courbe ascendante des nuitées. Selon les dispositions légales, les montants perçus à ce titre sont affectés au financement de services et prestations directs en faveur des hôtes de l'ensemble du canton - dans les domaines de l'information, de l'animation et de l'équipement.

La Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour confirme son efficacité et l'attrait de ses prestations: treize des dix-huit sociétés de développement lui confient un mandat d'encaissement. D'autres sociétés de développement devraient les rejoindre en 2012.

3.3. Défense d'intérêts

Sur le plan cantonal, l'UFT continue à déployer une intense activité de représentation et de défense des intérêts du tourisme, en coopération avec la Direction de l'économie et de l'emploi ainsi que d'autres instances de l'Etat. Elle soutient activement le développement du tourisme fribourgeois au sein de diverses institutions, commissions et cellules de travail, dont notamment: la Promotion économique du canton de Fribourg, l'Aménagement du territoire, Télégruyère SA, Fribourg Network, la société Rose de la Broye SA, les groupes de travail spécifiques liés à l'image du canton de Fribourg, à la coordination de la mobilité ainsi que les divers services de l'Etat (SECA - SFF - SPC - SMO - SAGRI). Dans ce contexte, l'UFT mène à bien de nombreux travaux, études, préavis et consultations.





4. MARKETING

Le Fonds de marketing touristique coordonné est placé sous l'égide financière du Fonds ad hoc institué par la Loi sur le tourisme de 2005. Ces coopérations marketing nouées avec les destinations fribourgeoises se révèlent vitales pour accéder à la plateforme marketing et commerciale de Suisse Tourisme. Elles permettent notamment à FRIBOURG REGION d'être présente en tant que région touristique dans les grandes campagnes de Suisse Tourisme.

4.1. Campagnes et marchés

4.1.1. Campagne suisse

Afin de susciter l'intérêt des Suisses pour FRIBOURG REGION et de mieux la faire connaître, l'accent est porté cette année sur le marketing viral. Sous le slogan « Recommandé par votre thérapeute », plusieurs mesures se réalisent : une action guérilla à Genève, trois spots publicitaires diffusés sur SF1 et TeleZüri, des films en ligne et un mailing aux clients réguliers de FRIBOURG REGION - soit près de 18'000 contacts. Le buzz créé par l'arrivée de thérapeutes au cœur même de la ville de Calvin a généré d'importantes retombées médiatiques. Pour clore le tout, un concours offre des cures d'une valeur totale de plus de CHF 12'000.- ; les amis sont invités à y participer via Facebook, Twitter ou LinkedIn.

4.1.2. Campagnes internationales de Suisse Tourisme

Montagnes et lacs

En collaboration avec l'Association régionale du Lac, La Gruyère Tourisme, les offices du tourisme de Fribourg, Estavayer-le-Lac,

MARKETING

Les Paccots et Schwarzsee, l'UFT participe à la campagne « Eté à la montagne » ; l'occasion de cibler les marchés suisse, européen, japonais, nord-américain et russe. FRIBOURG REGION dispose d'une place de choix dans la brochure éditée en six langues et à 230'000 exemplaires : 7 pleines pages avec 16 propositions de destinations. En complément, plusieurs offres de séjour et un banner sont en ligne durant la campagne sur www.myswitzerland.com.

Hiver

FRIBOURG REGION, en coopération avec La Gruyère Tourisme et les offices du tourisme des Paccots et Schwarzsee, figure dans la brochure « Hiver » de Suisse Tourisme. Editée en six langues, à raison de 136'000 exemplaires, elle est destinée aux marchés suisse, européen, russe et américain. La région fribourgeoise se présente sur deux pages sur le thème « La nature en harmonie ». Le temps de la campagne, plusieurs séjours sont proposés sur www.myswitzerland.com.

Villes

Fribourg Tourisme et Région participe aux côtés de FRIBOURG REGION à la campagne nationale « Villes » avec pour marchés cibles les pays suivants : Suisse, Allemagne,

Angleterre, Benelux, Espagne, France, Italie, Russie et Amérique du Nord. Sous le titre « La ville suisse des ponts », Fribourg propose un programme journalier sur deux pages. Près de 600'000 brochures sont diffusées en cinq langues ainsi que des offres de séjours mises en ligne sur www.myswitzerland.com.

Familles

Labellisée « Familles bienvenues », la station de Schwarzsee prend part avec FRIBOURG REGION à la campagne « Familles ». Dans la brochure éditée à 130'000 exemplaires se retrouvent notamment les destinations familiales répertoriées sur une carte de la Suisse. D'autres actions marketing sont menées en parallèle sur Internet et par Newsletters.

Hôtels Bien-Etre

FRIBOURG REGION en partenariat avec La Gruyère Tourisme, l'office du tourisme de Charmey et l'Hôtel Cailler participe à la campagne de Suisse Tourisme « Hôtels Bien-Etre ». En complément d'une brochure éditée en quatre langues à raison de 125'000 exemplaires, des actions promotionnelles sont entreprises via Internet et par Newsletters. Marchés cibles : Suisse, Allemagne, France, Italie et Russie. FRIBOURG REGION et l'Hôtel Cailler se présentent chacun sur une page.



4.1.3. Activités marchés français, allemand et espagnol

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France

Afin de poursuivre ses efforts sur le marché français, FRIBOURG REGION participe à la Campagne de Suisse Tourisme France en collaboration avec La Gruyère Tourisme, L'Association régionale du Lac, les offices du tourisme de Fribourg, des Paccots et d'Estavayer-le-Lac. La présence de 6 offres de séjour dans le flyer «Les bons moments de l'été», d'une double-page dans la brochure phare «Hochfrequenter Randonnée» ainsi que sur la page de présentation d'un mailing direct sont à relever. D'autres actions e-marketing se réalisent comme un mini-site, une campagne web et des e-mailings.

Divers salons et événements jalonnent 2011 : «Destination Nature», «Salon de la Randonnée», «La Route du Gruyère», «La Suisse au cœur de Strasbourg» et «Le Marché de Noël à Strasbourg». La rencontre presse organisée par Suisse Tourisme à Paris début juin et les différentes relations médias établies durant l'année offrent de belles retombées presse. A noter la publication en France d'un numéro de GEO Voyage, dédié spécialement à la Suisse, et la réalisation de 25 petits films sur la Suisse - dont 5 sur FRIBOURG REGION, à visionner sur le monde.fr/voyage-suisse.

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Allemagne

FRIBOURG REGION a capté l'attention des hôtes allemands grâce à diverses mesures marketing entreprises en collaboration avec Suisse Tourisme Allemagne et les partenaires régionaux. Nouveauté pour 2011: l'envoi d'offres par mailing direct à 7'500 adresses de personnes intéressées à la Suisse. Le choix se révèle judicieux avec 384 bulletins-réponse retournés et au total 1'048 brochures commandées (brochures cantonales et des destinations). De plus, la

brochure spécifique au marché encartée à env. 300'000 ex. dans divers quotidiens allemands est distribuée lors de plusieurs événements. A ces actions s'ajoutent une participation aux salons grand public (CMT) et professionnel (ITB), une campagne de e-Marketing, la brochure «Hochfrequenter Wandern», un repas médias à Baden-Baden et de nombreuses retombées presse.

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne

La participation de FRIBOURG REGION à deux workshops, à Barcelone et Madrid, fait partie des activités promotionnelles organisées par Suisse Tourisme Espagne. Faire connaître la diversité du canton aux hôtes espagnols, une réalité avec l'édition «Especial SUIZA» du Magazine Lonely Planet dont 12 pages sont consacrées à l'offre fribourgeoise. De plus, une collaboration avec l'agence de voyages RACC (Automóvil Club), permet d'intégrer FRIBOURG REGION dans son magazine ainsi que dans sa campagne online dédiée à la Suisse; les membres RACC ayant la possibilité de participer à un concours et d'y gagner un séjour à Fribourg. D'autres actions e-marketing (Landingpage, bannière, e-newsletter, offre spéciale et mini-site) sont en outre menées durant l'année.



4.2. Actions promotionnelles

25 opérations sont au programme 2011 des activités «ventes et promotions». FRIBOURG REGION se présente ainsi de façon active sur les salons touristiques durant près de nonante jours. Les efforts ciblent en priorité le marché suisse ainsi que les marchés limitrophes (Allemagne, France, Espagne). Les objectifs sont atteints dans la majorité des actions, ce malgré la concurrence intense des grandes régions touristiques suisses.

Opération Strasbourg: «Plus que du Gruyère AOC... FRIBOURG REGION»

En collaboration avec le Service de la culture de l'Etat de Fribourg et l'Association des

Produits du terroir du Pays de Fribourg, un événement de 9 jours est organisé en mai 2011 sur la Place Gutenberg à Strasbourg. Grâce à cette plate-forme, le tourisme fribourgeois s'offre une nouvelle fois au public strasbourgeois.

Au programme des animations: sentier pieds nus, vache Flora, fondue ambulante, cors des Alpes et lanceur de drapeaux, trio d'accordéonistes. L'emplacement défini, les nombreux stands et démonstrations touchent un large public, strasbourgeois et touristes de passage dans la capitale alsacienne. Associés à cet événement, plusieurs médias fribourgeois ainsi que la presse spécialisée couvrent l'événement: La Télé, Radio Fribourg, La Liberté, Freiburger Nachrichten, La Gruyère, Hotel Revue et GastroJournal.

En quelques chiffres :

- 1'143 bulletins de concours remplis;
- 1'220 brochures principales FRIBOURG REGION distribuées;
- 3'320 brochures des partenaires touristiques distribuées;
- 2'000 sacs Flora offerts;
- 50 kg de fondue en dégustation;
- 200 cuchaules en dégustation.

Remontées mécaniques Alpes fribourgeoises

En plus des activités marketing annuelles, les Remontées mécaniques fribourgeoises prennent part en tant qu'hôte d'honneur à la Foire de Fribourg. Sur un stand d'une superficie de 110m² est créé un magnifique paysage hivernal: l'occasion pour cinq stations des Alpes fribourgeoises de faire découvrir en primeur leur nouvelle installation de remontées mécaniques.

Les hôtes peuvent se divertir dans une boule de neige géante, pratiquer le ski ou le snowboard à l'aide d'une console Wii ou s'inscrire pour l'achat anticipé d'un abonnement de saison à un prix attractif; de plus, à gagner, des cartes journalières ou des abonnements de saison pour diverses stations de montagne fribourgeoises.

SWISS – présence de FRIBOURG REGION à bord

Grâce à un film promotionnel et une annonce dans son journal de bord, FRIBOURG REGION se présente de juin à août aux passagers de la compagnie aérienne SWISS. Dans le cadre de la campagne «SWISS Taste of Switzerland», durant cette même période, les repas servis à bord des avions de la compagnie nationale sont réalisés par le chef étoilé Franz W. Fäh (Hotel Le Vieux Manoir Relais & Châteaux, Murten).

De plus, la compagnie baptise un Airbus A320 du nom de «Murten»; ambassadeur de choix lors de ses vols vers l'Europe, l'Afrique et le Proche-Orient.

Point rencontre de la place fédérale

Dans le cadre des élections aux chambres fédérales, du 19 au 30 septembre, le «point rencontre de la place fédérale» réunit les politiques, la population et les médias. A l'initiative de SSR SRG, les cantons sont invités durant une journée sur la place fédérale.

Présente le 22 septembre, l'UFT offre quelques surprises: le concert live de Thierry Lang - célèbre pianiste jazz, les bienfaits de l'offre touristique de FRIBOURG REGION par deux masseuses ou les saveurs des spécialités fribourgeoises. L'UFT s'est chargée de coordonner le projet avec SSR SRG.

TABLEAU RÉCAPITULATIF PROMOTION

DATES	LIEUX	MANIFESTATIONS	SEGMENTS
-------	-------	----------------	----------

Marché suisse			
18.01.2011	Zürich	Celebrationpoint Workshop	Affaires
21.01-23.01.2011	Genève	Vacances	Loisirs
25.01.2011	Bâle	Celebrationpoint Workshop	Affaires
27.01-30.01.2011	Zürich	FESPO	Loisirs
02.02.2011	Berne	Celebrationpoint Workshop	Affaires
04.02-06.02.2011	Bâle	Ferienmesse	Loisirs
11.02-13.02.2011	St-Gall	Ferienmesse	Loisirs
18.05.2011	Genève	Guérilla Campagne Suisse	Loisirs
22.09.2011	Berne	Treffpunkt Bundesplatz	Loisirs
01.10-02.10.2011	Fribourg	Course Morat-Fribourg	Loisirs
07.10-16.10.2011	Fribourg	Foire de Fribourg, RMAF	Loisirs-Hiver
18.10-02.11.2011	Bâle, Berne, Zürich	Sales-Calls	Affaires

Marché allemand			
15.01-23.01.2011	Stuttgart	CMT Cavavan, Motor, Touristik	Loisirs
09.03-13.03.2011	Berlin	ITB, Internationale Tourismus Börse	Loisirs

Marché français			
18.03-20.03.2011	Lyon	Salon du randonneur	Loisirs
25.03-27.03.2011	Paris	Destination nature	Loisirs
14.05-21.05.2011	Lyon	La Route du Gruyère	Loisirs
28.05-29.05.2011	Lyon	Journées Consulaires	Loisirs
20.05-28.05..2011	Strasbourg	FRIBOURG REGION... Plus que du Gruyère AOC	Loisirs
03.11-06.11.2011	Strasbourg	La Suisse au coeur de Strasbourg	Loisirs
26.11-27.11.2011	Strasbourg	Marché de Noël	Loisirs

Marché britannique			
31.03-01.04.2011	Londres	Best of Switzerland @Harrods	Loisirs
7.11-10.11.2011	Londres	World Travel Market	Loisirs

Marché espagnol			
18.10.2011	Madrid	Workshop Espagne	Loisirs
19.10.2011	Barcelone	Workshop Espagne	Loisirs

Tous les marchés			
28.04-30.04.2011	Genève	Switzerland Travel Market	Loisirs

4.3 Communication marketing et information

Internet

Ces dernières années, Internet est devenu «la» source d'information principale dans le secteur du tourisme et le moyen promotionnel incontournable.

En 2011, deux millions d'utilisateurs visitent les sept sites Internet de FRIBOURG REGION, soit une augmentation de près de 19% par rapport à 2010. La Gruyère comptabilise le plus de visiteurs. A noter que le site Internet www.fribourgregion.ch enregistre un accroissement d'environ 30%.

Voici ci-après les principaux constats pour le site www.fribourgregion.ch. Les visiteurs proviennent en majorité de la Suisse (79%), suivie par la France (11%) et l'Allemagne (4%). Les utilisateurs arrivent sur le site : directement (15%), par un lien (25%) et par un moteur de recherche (plus de 60%); ils passent en moyenne 2 minutes et 11 secondes sur le site et consultent trois pages. Il s'agit là d'une bonne moyenne ! Les pages les plus visitées par les personnes de langue française sont celles de «Campagne suisse», «Calendrier des manifestations» et «Concours». Les personnes de langue allemande visitent principalement les rubriques «Excursions», «Hébergement» et «Randonnées». L'intérêt des hôtes de langue anglaise se porte sur les rubriques «Destinations», «Offres forfaitaires» et «Hébergement».

Afin de poser la première pierre d'une présence encore plus innovante et interactive sur le net, le nouveau site de FRIBOURG REGION et de ses partenaires sera mis en ligne durant l'été 2012; une refonte de la plateforme Internet effectuée en collaboration avec Suisse Tourisme.

Web 2.0

Internet ne se limite pas actuellement à la mise à jour des pages Internet mais comprend aussi les domaines du «Web 2.0» et du «Social Web»; ces derniers permettent aux

NEWSLETTER

SEPTEMBRE 2011



Bonjour Anouk,

Après l'été, place à la saison la plus riche en traditions et gourmandises. Consultez nos différentes offres et nouveautés pour un savoureux voyage à FRIBOURG REGION!

Merci de l'intérêt porté à notre région et à très bientôt!

Toute l'équipe de FRIBOURG REGION

CONTACT | BLOG | CARTE GOOGLE



ACTUEL

FRIBOURG REGION



utilisateurs d'entrer en contact et de le rester également avec les pages Web. L'avenir se situe dans ce secteur, il devient ainsi pour FRIBOURG REGION un élément de plus en plus important, en constante évolution.

FRIBOURG REGION dispose d'une page de fans sur Facebook, d'un compte sur Twitter et se trouve sur Youtube. Les internautes peuvent aussi communiquer virtuellement avec FRIBOURG REGION par le Blog. Depuis 2011, la présence sur Flickr est garantie grâce à une banque d'images de la région. Plus de 4'880 fans sont enregistrés sur Facebook. Pour une destination de cette taille, cela constitue - selon l'agence Pixeltex - un nombre de membres élevé. En comparaison, la région du Léman possède environ 1'590 membres.

Newsletter

Instrument de marketing important, la Newsletter est envoyée en trois langues (allemand, français, anglais) à plus de

17'000 destinataires. Les hôtes intéressés sont ainsi informés des nouveautés de la région huit fois l'an.

En 2011, un nouveau système eCRM a été instauré par Suisse Tourisme. Ce changement a permis de relancer la Newsletter, elle se présente désormais sous une apparence plus actuelle.

Sur la voie du succès avec TOMAS®

Pour faciliter la réservation des offres de FRIBOURG REGION, l'UFT et les organisations touristiques régionales travaillent depuis février 2011 avec le système de réservation en ligne TOMAS. Après onze mois, l'introduction de cette nouvelle plateforme génère un chiffre d'affaires de plus de CHF 638'480.- pour 1'910 réservations.

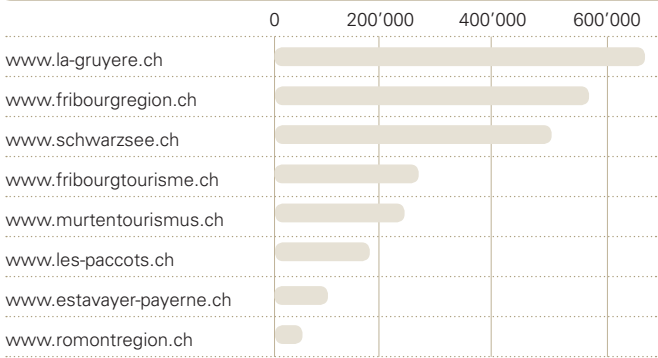
Plus de 60 hôtels du canton peuvent être réservés sur ce système, soit ceux figurant sur le site cantonal www.fribourgregion.ch et sur les pages des destinations suivantes: Fribourg Ville, Morat, Estavayer-le-Lac/Payerne, Schwarzsee, La Gruyère et Châtel-St-Denis/Les Paccots.

En plus des hôtels, les appartements et maisons de vacances de l'agence «Interhome» sont recensés sur TOMAS. Quelques appartements de vacances et chambres d'hôtes supplémentaires peuvent être également réservés à l'aide de cette plateforme.

E-Shop

Un E-Shop avec divers «Give-Aways» a été mis en ligne sur le site de FRIBOURG REGION.

VISITES 2011



2'000'0000
d'utilisateurs visitent
les sept sites
Internet de
FRIBOURG REGION
en 2011, soit une
augmentation
de près de 19%.
Arrivés en majorité
par un moteur
de recherche,
ils passent en
moyenne
2 minutes et
11 secondes
sur les sites
et consultent
trois pages,
un résultat
très satisfaisant.



UTILISATION BROCHURE PRINCIPALE FRIBOURG REGION

	2010	2011	
Type d'utilisation			
Mailings + coupons	29%	7%	↘
Mailing House (ST) + casier ZH	9%	9%	→
Salons - actions promotionnelles	4%	10%	↗
Restoroutes A1 + A12	19%	19%	→
Partenaires touristiques	36%	49%	↗
Divers	3%	6%	↗
Total	100%	100%	

Type d'utilisateurs			
UFT	55%	42%	↘
Partenaires touristiques	36%	49%	↗
ST	9%	9%	→
Total	100%	100%	

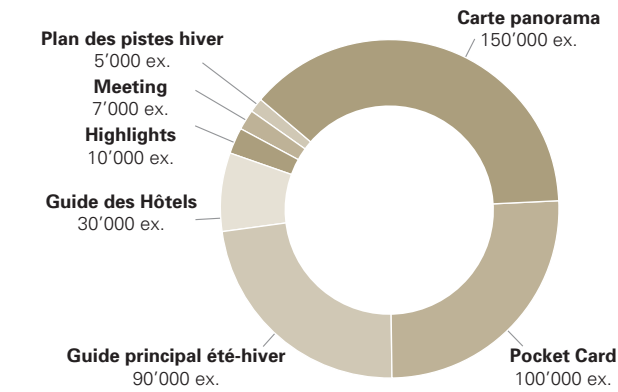
Supports de communication

En plus du guide principal, plusieurs brochures et cartes sont produites et diffusées par FRIBOURG REGION.

Canaux de distribution

Constat réjouissant et ceci malgré la croissance des demandes via Internet, 10'000 brochures principales supplémentaires sont distribuées en 2011, principalement par l'intermédiaire des partenaires touristiques de l'UFT.

L'envoi de prospectus au retour de coupons se trouve en forte régression, la campagne suisse de l'année étant axée sur le Web et non sur le couponning.



BROCHURES FRIBOURG REGION



Antennes «FRIBOURG REGION Information»

Les deux antennes d'information touristiques sises au restoroute Rose de la Broye (A1) et au restoroute de la Gruyère (A12) contribuent à la promotion du canton par leur accueil personnalisé. Elles constituent un des canaux de distribution des brochures de FRIBOURG REGION et de ses destinations.

Près de 5'300 contacts se sont réalisés en 2011 via les antennes: 3'435 au guichet, 1'842 par téléphone, e-mail ou autre moyen de communication; plus de 106'000 prospectus ont été distribués.

De plus, les antennes officient au bon fonctionnement du Call Center cantonal, disponible 7 jours sur 7.

Accueil médias

Les activités d'accueil médias jalonnent l'année 2011 avec satisfaction: 22 voyages de presse réunissant 75 journalistes en provenance de 17 pays. Les services de l'UFT se chargent de leur organisation en étroite collaboration avec Suisse Tourisme et les partenaires régionaux ou locaux concernés.

Nature, gastronomie, culture et traditions sont les sujets les plus demandés lors des voyages de presse mis sur pied l'an dernier. Certains journalistes s'intéressent en particulier aux activités hivernales, à la thématique de Noël, la désalpe ou aux logements insolites.

Placée sous le thème de l'«Année de la randonnée» par Suisse Tourisme, 2011 propose une plateforme à l'offre randonnée de FRIBOURG REGION. Lors du postconvention tour du voyage de presse international de ST, douze journalistes du monde entier se sont familiarisés aux itinéraires des Préalpes fribourgeoises, du «Sentier des fromageries» pour les plus gourmands, au col d'Euchels entre Jaun et Schwarzssee pour les plus courageux.

Ces activités de relations avec les médias touristiques ciblent en premier lieu les marchés prioritaires de FRIBOURG REGION. Elles offrent également des ouvertures fort intéressantes sur d'autres marchés, qu'il est difficile d'atteindre par le biais de campagnes publicitaires en raison de leur coût. De plus, les articles et reportages de la presse écrite et audiovisuelle bénéficient d'effets multiplicateurs élevés, eu égard au grand nombre de personnes touchées; les investissements se révèlent fort modestes en comparaison d'une approche publicitaire.

Tourisme d'affaires / MICE

L'UFT a sollicité en 2011 les services de l'agence Celebrationpoint pour la promotion du tourisme d'affaires en Suisse. L'agence, spécialisée dans ce secteur, a acquis une notoriété par ses concepts et ses réalisations destinés au marché suisse. Cette collaboration se concrétise par les actions suivantes:

- envoi de plusieurs e-Mailings aux organisateurs MICE;
- participation à trois Roadshows à Bâle, Berne et Zürich;
- encartage d'un concours sur flyer dans la Newsletter Inside-Newsflash;
- organisation et participation à 30 Sales Calls à Bâle, Berne et Zürich en collaboration avec des prestataires.

A ces activités s'ajoute la production de la nouvelle brochure Meeting - Incentive/Congress/Event 2012/2013 (tirage 7'000 exemplaires, 24 pages).

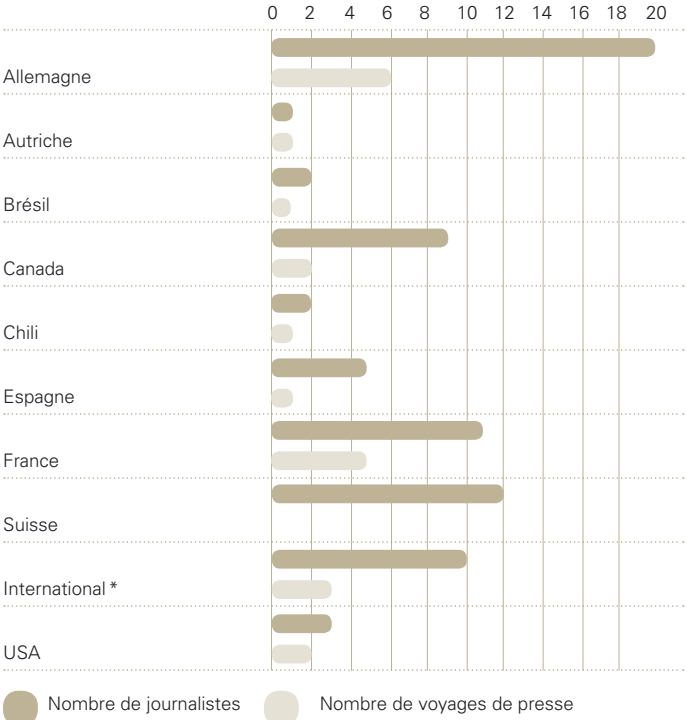
Publicité

La liste détaillée des présences publicitaires 2011 de FRIBOURG REGION se trouve en ligne sur www.fribourgregion.ch/publicite.

Elle dresse l'inventaire des actions de publicité réalisées par l'UFT de manière autonome, en coordination avec les régions et destinations fribourgeoises, ou avec Suisse Tourisme et autres partenaires.



PROVENANCE DES MÉDIAS



Les articles publiés peuvent être consultés sur demande auprès de l'UFT.

* Le postconvention tour, organisé par Suisse Tourisme, comprend des journalistes des pays listés ainsi que des nations suivantes: Inde, Corée, Russie, République tchèque, Hollande, Grande-Bretagne, Italie.



5. BUSINESS & DEVELOPMENT

5.1. Enjoy Switzerland FRIBOURG REGION

Initié par Suisse Tourisme, le projet «Enjoy Switzerland» se veut une démarche vers l'excellence. Pour la 1ère fois, il s'applique non seulement à une station ou une ville mais à l'échelle d'un canton, celui de Fribourg.

Événement de lancement

Le 26 janvier 2011, Enjoy Switzerland FRIBOURG REGION prend son envol au château de la Grande Riedera d'une manière originale et surprenante. Prestataires touristiques et partenaires clefs vivent une soirée en tous points merveilleuse et parfaite, à l'image de l'objectif du projet piloté par l'UFT.

Merci d'être venus

Une première mesure concrète se réalise le 6 mars dans les stations d'hiver des pôles touristiques cantonaux. Un merci sincère et authentique s'adresse aux hôtes de FRIBOURG REGION, sous la forme d'une distribution de boissons chaudes, pain et chocolat, ainsi que de bons donnant accès gratuitement aux attractions touristiques du canton.

Identification des spécialités culinaires fribourgeoises

Ces spécialités sont désormais identifiables - au moyen du sigle de la vache Flora - sur les cartes des mets de plus de 100 restaurants du canton. Cette action se réalise en collaboration avec Gastro-Fribourg et les Produits du Terroir du Pays de Fribourg.



VISION 2030

Pass PROtourism

Pour mieux vendre l'offre touristique cantonale, il faut d'abord la connaître... Les professionnels du tourisme disposent depuis le mois de décembre du Pass PROtourism. Ce dernier leur offre la possibilité d'expérimenter gratuitement ou à tarif réduit les activités ou attractions touristiques du canton durant leur temps de loisirs. Plus d'informations sur www.frnet.ch.

Mise en scène

La mise en scène consiste à améliorer le cadre et les attractions d'un lieu donné mais aussi le bien-être et le flux des visiteurs. L'objectif principal est de créer une ambiance permettant aux hôtes de percevoir des émotions positives. Après une analyse des destinations fribourgeoises, un travail impliquant les acteurs locaux est entrepris dans chacune d'elles dans le but d'aboutir à des améliorations concrètes.

Analyse de la signalisation

Le diagnostic des forces et faiblesses de la signalisation touristique cantonale s'effectue sur 3 destinations pouvant représenter l'ensemble des destinations fribourgeoises (Charmey via Bulle et Broc, la ville de Fribourg et Morat). Sur cette base, une collaboration avec l'Etat et les communes doit permettre de réaliser des lignes directrices applicables à l'échelle du canton.

Application FRIBOURG REGION

L'application «Guide touristique» FRIBOURG REGION, élaborée par la société mTrip, sera disponible pour le public au printemps 2012. Permettre à nos hôtes de mieux s'orienter et de choisir leurs activités en fonction de leurs intérêts, tels sont les objectifs.

Population actrice touristique

Un effort particulier est réalisé pour sensibiliser la population fribourgeoise au tourisme. Plusieurs mesures se mettent en place: intensification de l'information aux médias, insertion d'une bande dessinée/concours dans un magazine, organisation d'une journée portes ouvertes de certains prestataires touristiques.

5.2. Fri2bike

Premier réseau touristique intercantonal de vélos en libre-service (VLS) en Suisse, Fri2bike est inauguré le 7 juillet 2011. Il permet de découvrir FRIBOURG REGION de manière ludique grâce à des parcours reliant les destinations munies d'une station VLS. Téléchargeable gratuitement, l'application Smartphone «Fri2bike» précise notamment en temps réel la disponibilité des vélos.



6. RÉSEaux DE RANDONNÉE

6.1. Réseaux cyclotouristique, rollers et VTT

FRIBOURG REGION, avec Suisse Mobile, offre :

- un réseau cyclotouristique de 3 itinéraires nationaux et 6 itinéraires régionaux (380 km de parcours) ;
- une route nationale « rollers » (n°1 « Mitteland Skate ») ;
- un itinéraire VTT (n°2 – « Panorama Bike »).

Le balisage des parcours cyclo et rollers - financé par l'UFT - est assuré avec la collaboration appréciée du Service cantonal des ponts et chaussées. L'UFT se charge de la supervision périodique du parcours VTT (contrôle général et balisage). Elle assure d'autre part la promotion des réseaux via son service marketing ainsi que par Suisse Mobile.

6.2. Réseau pédestre

Selon la Loi sur le tourisme, le réseau cantonal se subdivise administrativement en réseau principal et réseau secondaire.

A la suite de la procédure de révision des chemins de randonnée pédestre réalisée en deux phases - réseau principal (adopté en 2008) et réseau secondaire - le réseau pédestre officiel a été accepté par le canton en mars 2011. Il comprend désormais 1'760 km d'itinéraires dont environ 1'563 km de chemins de randonnée pédestre, 177 km de chemins de randonnée de montagne et 20 km de chemins de randonnée alpine.

Les travaux de révision tiennent compte de la future intégration du réseau dans le projet national MISTRA, système d'information pour la gestion des routes et du trafic, initié par l'OFROU.

Au cours de 2011, le team des baliseurs - fort de 16 personnes, s'active à sa tâche de contrôle et de mise en conformité des chemins de randonnée pédestre. Des mandats spéciaux sont conclus pour une supervision complémentaire avec l'Association fribourgeoise de randonnée pédestre ou, dans le cadre du contrôle et balisage de secteurs particulièrement difficiles, avec le CAS La Gruyère.

RANDONNÉE

Un investissement conséquent de la part des communes et des offices de tourisme est consenti chaque année à l'amélioration des itinéraires en vue de satisfaire la population locale et les hôtes. Petit tour d'horizon des travaux entrepris.

- Le renouvellement aux nouvelles normes de la quasi-totalité du domaine touristique de Schwarzsee (jusqu'au printemps 2012).
- Le balisage à neuf des itinéraires suivants :
 - Bounavaux - Charmey et Charmey - Les Marrindes, 2 étapes du Parc naturel régional Gruyère - Pays-d'Enhaut ;
 - Fribourg - Laupen, au fil de l'eau ;
 - Broc - Dent de Broc ;
 - Bulle - Gruyères par la forêt de Sautaux et le Pâquier ;
 - Bounavaux - Vanil Noir et Les Marrindes - Vanil Noir ;
 - Hochmatt ;
 - Jaun - Schwarzsee par Combigabel ;
 - Euschels - Kaiseregg par Gölmy/Unt. Chüeboden - Gölmy ;
 - Sentier de la Bibera: Courtepin - Liebistorf.

La mise en conformité du balisage découlant de la révision se poursuivra au cours des prochaines années selon les nouvelles normes édictées par Suisse Rando et l'OFROU. Son avancement dépend notamment des moyens financiers à disposition des partenaires et des ressources humaines disponibles pour la réalisation des travaux.

RÉSEaux DE CHEMINS PÉDESTRES (KM)

DISTRICTS	RANDONNÉE PÉDESTRE	RANDONNÉE MONTAGNE	RANDONNÉE ALPINE
Gruyère	490	160.3	19
Singine	390	11.4	1.3
Sarine	208		
Veveyse	131	5.4	
Broye	130		
Lac	122		
Glâne	92		
Total	1'563	177.1	20.3

A moyen et long terme, les tracés des chemins de randonnée pédestre seront adaptés localement pour répondre aux 7 objectifs de qualité de Suisse Rando - dont la diminution des tronçons asphaltés, la variété des tracés et la sécurité.

Le réseau révisé sera consultable dès le printemps 2012 sur les sites «suissemobile.ch» et «Swiss Map online», ainsi que dans le courant de l'année sur le guichet cartographique du canton «www.geo.fr.ch». A noter la possibilité d'imprimer gratuitement un extrait de carte.

Des offres et propositions de randonnée, régulièrement renouvelées, figurent sur le site www.fribourgregion.ch/randonnée et bien évidemment dans les brochures et guides promotionnels réalisés par nos services.

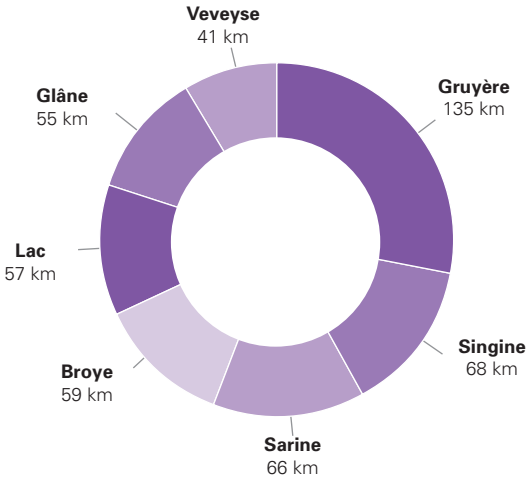
Pour conclure, le document édité en octobre par l'OFROU et Suisse Rando* illustre l'importance du travail effectué par les services de la randonnée pour toute la Suisse ; en voici quelques données chiffrées :

- étendue du réseau suisse de 66'200 km dont la moitié sur des chemins ruraux et forestiers ;
- utilisation par quelque 2.4 mios de randonneurs - dont 95% de population suisse - d'une moyenne de 17 jours de randonnée par an ;
- montant des dépenses annuelles des randonneurs en Suisse, 1.6 mia de CHF : 44% des dépenses effectuées par des touristes journaliers, 34% par des touristes séjournant plusieurs jours et 22% consacrées à l'équipement de randonnée ;
- coûts normalisés pour le maintien en Suisse de chemins de randonnée pédestre : 53 mios de CHF par an ;
- effet direct incontestable de la randonnée sur la santé ;
- effet de création de valeur annuelle totale (direct et indirect) de 1.2 mia de CHF dans l'hôtellerie-restauration, les entreprises de transport ou de bâtiment, les entreprises fournissant les consommations intermédiaires telles que les produits alimentaires, l'énergie, etc.

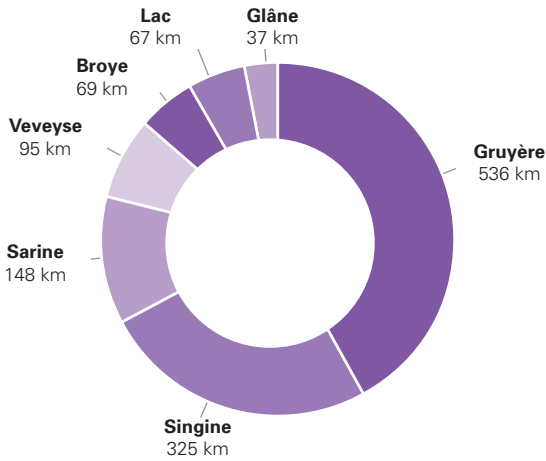
Il en découle l'importance de la valorisation qualitative de notre réseau de mobilité douce et de sa promotion.

* Fondements économiques des chemins de randonnée pédestre en Suisse - Documentation sur la mobilité douce N° 124, OFROU, Suisse Rando, oct. 2011

RÉSEAU OFFICIEL PRINCIPAL



RÉSEAU OFFICIEL SECONDAIRE



MERCI

Au service du développement touristique du canton de Fribourg, l'UFT tient au terme de ce rapport à remercier tous ses partenaires et les milieux concernés de leur appui et concours tout au long de l'année. Sa vive gratitude va également à l'Etat de Fribourg et à l'ensemble de ses membres pour leur soutien financier et leur collaboration.

A toutes et à tous, elle exprime sa reconnaissance et l'assurance de son engagement à valoriser encore et toujours l'attrait de FRIBOURG REGION en Suisse, comme à l'étranger et à poursuivre ses efforts de sensibilisation au tourisme.



Edition, rédaction et mise en page
Union fribourgeoise du Tourisme

Conception graphique
Agence Nuance
Matran

Impression
Canisius Impression & Graphisme
Fribourg

© Copyrights photos
Sandra Mumprecht, Hotel le Rive Sud, UFT, Les Bains de la Gruyère, Atelier MAMCO, Franz & René, Nicolas Repond, Vincent Murith

Reproduction des textes et tableaux autorisée avec mention de la source

Deutsche Version beim FTV anfordern

Imprimé sur papier certifié FSC



26

ORGANES MEMBRES

MEMBRES D'HONNEUR

COMITÉ

(période statutaire:
01.07.09 - 01.05.14)

MEMBRES DE DROIT

PRÉSIDENTS D'HONNEUR		Nomination
André GENOUD, ancien président de l'UFT		1999
Hubert LAUPER, ancien président de l'UFT		2010

MEMBRES D'HONNEUR		
Louis RIGOLET, Fribourg		1993
André BISE, Estavayer-le-Lac		1997
Bruno WAEBER, Düdingen		1999
Pierre COTTIER, Bulle		2004
Jean DESCHENAUX, Fribourg		2005
Claude MASSET, Fribourg		2006
Michel PITTET, La Joux		2007

PRÉSIDENT		Élection
Jean-Jacques MARTI	Directeur adjoint de l'Union patronale, Fribourg	2010

VICE-PRÉSIDENT		
Tobias ZBINDEN	Restaurateur, Marly	1993

MEMBRES		
Beat VONLANTHEN	Conseiller d'Etat, Heitenried	2007
Christine BULLIARD MARBACH	Conseillère nationale, Ueberstorf	2010
Philippe BUTTY	Administrateur, Estavayer-le-Lac	1997
Dino DEMOLA	Hôtelier, Fribourg	1997
Vincent DUCROT	Directeur des TPF, Fribourg	2011
Emmanuelle KAE LIN MURITH	Notaire et députée, Bulle	2010
Daniel LEHMANN	Préfet du Lac, Murten	1999
Albert MICHEL	Président du Conseil d'administration de la BCF, Fribourg	1993
Jean-Luc MOSSIER	Directeur de la Promotion économique du canton de Fribourg, Fribourg	2011
Jean-Pierre THÜRLER	Commerçant, Charmey	2004

ETAT DE FRIBOURG	
Beat VONLANTHEN	Conseiller d'Etat, Directeur de l'économie et de l'emploi

ORGANISATIONS TOURISTIQUES RÉGIONALES (Présidents)	
La Gruyère Tourisme (ATG) 	Raoul GIRARD
Association régionale du Lac (ARL)	Daniel LEHMANN
Office du Tourisme Châtel-St-Denis/ Les Paccots et la Région 	Michel MAILLARD
SD Estavayer-le-Lac 	Philippe BUTTY
Fribourg Tourisme et Région 	Jean-Jacques MARTI
SD Romont et sa Région 	Michel GRABER
Schwarzsee Tourismus 	Manfred RIEDO

27

FONDS
D'ÉQUIPEMENT
TOURISTIQUE
DU CANTON
DE FRIBOURG

ETAT AU 01.01.2012

MEMBRES
DE DROIT

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT (Présidents)

Broc	Olivier BOSCHUNG
Bulle	David SEYDOUX, a.i.
Charmey - Châtel - Cerniat - Crésuz	Jean-Pierre THÜRLER
Cheyres/Châbles	Philippe PILLONEL
Delley/Portalban/Gletterens	Daniel WASER
Düdingen	Manfred WAELCHLI
Gruyères / Moléson	Monique DURUSSEL
Intyamon	Ariane FAVRE
Jaun/Im Fang	Beat BUCHS
Kerzers	Beat MOENCH et Urs WALTHER
Lac de la Gruyère	Eric BROCCARD
Murten/Morat	Marianne SIEGENTHALER
Le Vully	Pierre-André ISCHI

TRANSPORTS

Centre touristique Gruyères-Moléson-Vudalla SA	Association fribourgeoise des hébergements collectifs
Kaisereggbahnen Schwarzsee AG	Chambre de commerce de Fribourg
Société de Navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat SA	Gastro-Fribourg
Télécabine Charmey-Les Dents Vertes en Gruyère SA	Remontées mécaniques Alpes fribourgeoises
Transports publics fribourgeois (TPF)	Hotelleriesuisse, section Fribourg
	Union patronale du canton de Fribourg

ORGANISATIONS FAÏTIÈRES

ENTREPRISES

Banque Cantonale de Fribourg	Morand Frères SA, La Tour-de-Trême
Feldschlösschen Boissons SA, Rheinfelden	Musée romain de Vallon
Cremo SA, Fribourg	Nordmann & Cie SA, MANOR, Fribourg
Crédit Suisse, Fribourg	Pavatex SA, Fribourg
Duplirrex SA, Fribourg	Publicitas SA, Fribourg
Gratisa SA, Moléson-sur-Gruyères	Société des Produits Nestlé SA, Broc
Groupe E SA, Fribourg	Touring Club Suisse, section de Fribourg
Canisius Impression & Graphisme, Fribourg	UBS SA, Fribourg
Imprimerie St-Paul, Fribourg	Verlag Freiburger Nachrichten, Fribourg
Imprimerie MTL SA, Fribourg	

COMITÉ DE GESTION

PRÉSIDENT

Beat VONLANTHEN	Conseiller d'Etat, Heitenried
-----------------	-------------------------------

MEMBRES

Daniel BERSET	Trésorier d'Etat, Fribourg
Michel CHEVALLEY	Préfet de la Veveyse, Châtel-St-Denis
François DUCRY	Hôtelier, Corbières
Christiane FELDMANN	Morat
André LOSEY	Vice-syndic, Estavayer-le-Lac
Jean-Jacques MARTI	Président de l'UFT, Fribourg
Albert MICHEL	Président du Conseil d'administration de la BCF, Fribourg
Françoise MOREL	Romont
Marie-France ROTH-PASQUIER	Conseillère communale, Bulle
Rudolf VONLANTHEN	Député, Giffers

SECRÉTARIAT

Thomas STEINER	Directeur de l'UFT
Marie-Christine REPOND	Assistante de direction de l'UFT

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

COMITÉ

Président: J.-J. Marti

DIRECTEUR

T. Steiner

SOUS-DIRECTEUR

C. Renevey

ASSISTANTE DE DIRECTION

M.-C. Repond

- GESTION ADMINISTRATIVE, QUALITÉ
- FONCTIONNEMENT INSTITUTIONNEL
- COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

FINANCES & SERVICES

C. Monney *

- COMPTABILITÉ GÉNÉRALE
- GESTION DES SALAIRES
- CENTRALE D'ENCAISSEMENT
DE LA TAXE DE SÉJOUR
- OBSERVATOIRE DU TOURISME
- ADMINISTRATION SOUTIEN

C. Monney - M. Muniz
C. Monney
C. Monney - C. Nicolet
N. Aaby, appr. 2
C. Monney
M. Schmid, appr. 1

* DIRECTION ÉLARGIE

MARKETING

C. Renevey *

- STRATÉGIE, COOPÉRATION,
COMMUNICATION
- CAMPAGNE ST, RMAF,
e-CRM - SUISSE & INT.
- SALES, PROMO & MÉDIAS
ALLEMAGNE
FRANCE
ESPAGNE
- PUBLICATIONS, PHOTOS,
MATÉRIEL PROMOTIONNEL
- WEB & INFORMATIQUE GÉN.
- WEB
- TOMAS
- WEB, TOMAS
- WEB SOUTIEN
- ANTENNE D'INFORMATION A12
- ANTENNE D'INFORMATION A1

C. Renevey
C. Raemy
A. Bispo
A. Schmidlin
M. Muniz
C. Delabays
M. Schmutz
M. Jungo
S. Moser
A. Dewarret
F. Ducry, appr. 3
C. Bovet - S. Grippo
N. Lambert - C. Kündig
J. Wolhauser

BUSINESS & DEVELOPMENT

T. Steiner *

- VISION 2030:
- ENJOY SWITZERLAND
- AUTRES PROJETS
- PROJETS SOUTIEN

S. Felly - K. Clapasson
T. Steiner
A. Gremaud

MOBILITÉ TOURISTIQUE

- RÉSEAUX DE RANDONNÉE
ET MOBILITÉ
- BALISAGE SARINE
- BALISAGE LAC
- BALISAGE GLÂNE
- BALISAGE SINGINE
- BALISAGE GRUYÈRE
- BALISAGE BROYE
- BALISAGE VEVEYSE
- DÉVELOPPEMENT DURABLE

C. Python Nikles
W. Naef
C. Raemy
A. Blanc
B. Blanc (superviseur)
C. Fasel
R. Sudan (superviseur)
R. Toggenreier
L. Heldner
M. Buchs
A. Schuway
R. Oberson
J. Gumy
J.-M. Zosso
M. Bersier
D. Duc
J.-J. Pilloud
C. Delabays

ETAT AU 01.01.2012



COMPTES 2011

BILANS

ACTIFS	01.01.2011	31.12.2011
Caisse	1'234.45	1'216.45
Poste 17-1056	537'239.41	438'986.35
Poste 17-7212	392'849.55	531'921.83
Banques	211'497.61	205'504.84
Actifs transitoires	59'931.90	16'992.45
Titres	1.00	1.00
Débiteurs	276'273.67	308'244.61

Machines et mobilier UFT	1.00	1.00
Machines et mobilier Info A1/A12	1.00	1.00

Immeubles Villars-s-Glâne	01.01.2011	1'281'161.40	1'262'161.40	31.12.2011
Rez	1'095'780.00			1'095'780.00
1 ^{er} sous-sol	934'278.22			934'278.22
/J. Amortissements	748'896.82			767'896.82
Antenne PF A12	01.01.2011	186'000.00	175'000.00	31.12.2011
Servitude	300'000.00			300'000.00
/J. Amortissements	114'000.00			125'000.00

TOTAL DES ACTIFS 2'946'190.99 2'940'030.93

PASSIFS

Créanciers	311'275.93	231'810.91
Passifs transitoires	263'492.65	255'125.16
Emprunts immobiliers UFT		
- Prêt hypothécaire	1'115'000.00	1'085'000.00
- c/c hypothécaire	-3807.70	-16'257.75

Fonds affectation limitée «Vision 2030»	789'966.42	791'647.33
Fonds de réserve ordinaire	61'458.27	180'430.94
Provisions	79'000.00	24'000.00
Fonds « Prestations en faveur des hôtes »	62'685.01	137'632.75
Capital	30'000.00	30'000.00

Bénéfice / Déficit (-) sur exercice ordinaire	196'172.67	152'198.29
Bénéfice / Déficit (-) sur taxes de séjour	40'947.74	68'443.30

TOTAL DES PASSIFS 2'946'190.99 2'940'030.93

Remarques
Engagement hors bilan: un engagement (virtuel) de garantie existe envers la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat pour un montant au 31.12.2010 de CHF 341'319.- et pour un montant de CHF 625'604.- en cas de résiliation de l'affiliation.

GESTION DU FONDS CANTONAL DE MARKETING COORDONNÉ

COMPTABILISATION PAR PROJET	CHARGES	RECETTES	COMPTABILISATION PAR OFFICE BÉNÉFICIAIRE	CHARGES	RECETTES
Contribution de l'Etat		550'000.00	Contribution de l'Etat		550'000.00
Soldes 2009		3'131.15	Soldes 2009		3'131.15
Participations des partenaires,	-1'803.15		Participations des partenaires,	-1'803.15	
solde technique			solde technique		
ETE international / ST	56'545.35	30'447.50	OTR Châtel-St-Denis	64'983.55	34'991.15
FAMILLE international / ST	7'020.00	3'780.00	OTR Estavayer-le-Lac	71'189.60	38'332.85
WELLNESS / ST	7'020.00	3'780.00	OTR Fribourg	94'542.60	50'907.55
SWISS CITIES / ST	14'359.10	7'731.85	La Gruyère Tourisme	134'002.70	72'155.30
FRANCE / ST	36'048.25	19'410.60	Association régionale du Lac	79'996.70	43'075.15
DEUTSCHLAND / ST	45'601.90	24'554.90	OTR Romont	32'563.10	17'534.20
SUISSE Fribourg Région	82'103.05	44'209.45	OTR Schwarzsee	74'638.75	40'190.10
HIVER international / ST	19'500.00	10'500.00			
BUSINESS	15'233.95	8'202.95			
MEDIAS	12'941.40	6'968.40			
Projets communs	65'000.00	35'000.00			
Projets propres	190'544.00	102'600.65			
Subtotal, investissements des régions		297'186.30	Subtotal, investissements des régions		297'186.30
Financements par le Fonds	550'113.85		Financements par le Fonds	550'113.85	
Solde 2011 à reporter	3'017.30		Solde 2011 à reporter	3'017.30	
TOTAUX	553'131.15	850'317.45	TOTAUX	553'131.15	850'317.45

- Remarques:
- Les contributions du Fonds en soutien des projets régionaux prennent en compte, à hauteur de 30 % des coûts effectifs de ceux-ci, le travail de préparation et de suivi assumé par les offices concernés.
 - Conformément aux dispositions transitoires de la loi, le soutien du Fonds aux projets des régions s'est élevé en 2011 à 50 % de l'ensemble de leurs coûts.
 - Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets des régions à hauteur de CHF 291'000.00.
 - En plus de la gestion du Fonds, les services de l'UFT assument - dans le contexte des travaux de la Conférence des directeurs régionaux (COD) - l'ensemble des tâches de planification, de coordination et de conduite des projets.
 - Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome.
 - En vertu des dispositions légales (RT art. 30), 50% des avoirs disponibles à fin 2011 seront attribués à l'UFT qui les engagera dans ses activités générales de promotion et de marketing cantonal. Le solde sera reporté sur l'exercice 2013 du Fonds.



COMPTE DE FONCTIONNEMENT

	BUDGET 2011		COMPTES 2011	
Recettes				
Contributions de l'Etat de Fribourg	1'925'000.000		1'925'000.000	
Cotisations des membres collectifs	38'200.00		36'500.00	
Emolument de perception de la TS	106'440.00		110'424.00	
Emol. pour service d'accueil-info-équipements	399'000.00		414'093.00	
Attribution TS pour Antenne info N1	240'000.00		240'000.00	
Attribution TS pour Antenne info N12	240'000.00		240'000.00	
Attribution TS à Supports d'information	81'000.00		81'000.00	
Attribution TS à Réseaux de randonnée	60'000.00		60'000.00	
	3'089'640.00		3'107'017.00	
Recettes d'exploitation				
Recettes commerciales + Online Booking	3'000.00		1'393.04	
Ventes de publications et marchandises	5'000.00	8'100.00	5'540.95	11'103.45
Commissions et prestations de services	56'500.00		95'321.05	
	5'000.00	67'600.00	5'540.95	107'817.54
Marketing				
Publicité / Key Media Management	361'000.00		365'949.85	
Internet / e-Commerce	109'000.00	23'000.00	101'128.58	15'200.00
Revendeurs / Salons / Key Acc. Management	259'000.00	49'000.00	221'197.47	14'014.85
Publications / Matériel de communication	151'000.00	65'000.00	150'971.30	71'185.65
Logistique et divers	38'000.00		34'315.44	
	918'000.00	137'000.00	873'562.64	100'400.50
Développement touristique				
Sensibilisation / RP internes	40'000.00		31'025.25	
« Service cantonal du tourisme »	11'500.00		11'256.40	
	51'500.00		42'281.65	
Réseaux de randonnée				
Gestion et entretien des réseaux	121'500.00	10'000.00	172'135.78	69'075.55
	121'500.00	10'000.00	172'135.78	69'075.55
Personnel, administration et information				
Traitements et charges sociales	1'871'740.00		1'835'462.30	
Assurances	5'000.00		4'179.60	
Frais généraux d'administration	199'000.00		197'924.35	
Loyer et charges locatives	99'000.00		99'000.00	
Organes de l'UFT	35'000.00		32'636.40	
Divers et TVA	24'000.00		42'321.70	
	2'233'740.00		2'211'524.35	
Charges et produits extraordinaires				
Intérêts et produits divers	1'000.00		27'364.62	
Charges extraordinaires	16'500.00		1'013.75	
Charges et produits immobiliers	94'000.00	135'000.00	86'917.80	133'500.00
	110'500.00	136'000.00	87'931.55	160'864.62
TOTAL INTERMÉDIAIRE	3'440'240.00	3'440'240.00	3'392'976.92	3'545'175.21
RÉSULTAT D'EXPLOITATION			152'198.29	
TOTAL	3'440'240.00	3'440'240.00	3'545'175.21	3'545'175.21

- Propositions à l'Assemblée générale:
- CHF 50'000.00 création d'une provision pour réaménagement des antennes
 - CHF 50'000.00 création d'une provision pour le développement WEB (nouvelles images, vidéos,...)
 - CHF 52'198.29 solde de l'exédent de produits: affectation au fonds de réserve ordinaire

COMPTE DE LA TAXE DE SÉJOUR				
	BUDGET 2011		COMPTES 2011	
Taxe cantonale de séjour	1'330'000.00		1'380'310.45	
./. Annulations, amortissements, remboursements			2'697.85	
+ Annulations, amortissements, remboursements				1'831.10
Commission d'encaissement aux SD	11'000.00		9'264.95	
Frais de perception et de statistiques	106'440.00		110'424.00	
Prestations en faveur des hôtes				
Serv. UFT accueil - information - équipement	399'000.00		414'093.00	
Antenne Info A1, coûts fixes	240'000.00		240'000.00	
Antenne Info A12, coûts fixes	240'000.00		240'000.00	
Part TS à Supports et communic. Info	81'000.00		81'000.00	
Autres prestations en faveur des hôtes	23'600.00		16'422.45	
Exploitation IPF A12	23'700.00		17'194.25	
Exploitation IPF A1	30'700.00		20'001.75	
Subventions annuelles aux OTR	102'600.00		102'600.00	
Part TS à Equipements de randonnée	60'000.00		60'000.00	
TOTAL INTERMÉDIAIRE	1'318'040.00	1'330'000.00	1'313'698.25	1'382'141.55
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	11'960.00		68'443.30	
TOTAL	1'330'000.00	1'330'000.00	1'382'141.55	1'382'141.55
Propositions à l'Assemblée générale:	68'443.30			
Versement au Fonds « prestations en faveur des hôtes »				



RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION
A L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE DE L'ASSOCIATION
UNION FRIBOURGEOISE DU TOURISME, FRIBOURG

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de fonctionnement et compte de taxes de séjour) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2011.

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

Notre révision a été effectuée selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requière 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.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

Fiduciaire Cuennet Sàrl

David Cuennet
Réviseur responsable
Réviseur agréé

Jean-Marie Tinguely
Expert-réviseur agréé

Bulle, le 24 février 2012

Annexes : comptes annuels

Fiduciaire Cuennet sàrl
19, rue de Vevey
Case postale 470
CH - 1630 Bulle
Tél. +41 26 912 11 44
Fax +41 26 912 14 87
www.fiduciaire-cuennet.ch
TVA n° 740 376

Membre FIDUCIAIRE SUISSE

Ouvrer au développement d'un tourisme privilégiant la valorisation du patrimoine naturel et culturel du Canton de Fribourg et les caractéristiques propres de ses régions géographiques.



Union fribourgeoise du Tourisme

Route de la Glâne 107

Case postale 1560

1701 Fribourg

T +41 (0)26 407 70 20

F +41 (0)26 407 70 29

secretariat@fribourgregion.ch

www.fribourgregion.ch

 www.facebook.com/fribourgregion

 www.twitter.com/fribourgregion

