

Procès-verbal Assemblée Générale de La Gruyère Tourisme du 16 mai 2018

Date et lieu :

16 mai 2018, 17h30 à Electrobroc, Broc

1. Salutations

M. R. Girard ouvre l'Assemblée en souhaitant la bienvenue aux personnes présentes et il remercie Electrobroc pour la mise à disposition de la salle ainsi que la proposition de la visite avant l'Assemblée. Il salue les Syndics, les Conseillers Communaux, M. C. Aegerter, secrétaire général de la DEE et M. P.-A. Morard, Directeur de l'Union Fribourgeoise du Tourisme. Il tient également à excuser tous les absents qui n'ont pu prendre part à l'Assemblée.

Il n'y a aucune remarque ou question concernant le mode de convocation et l'ordre du jour, l'Assemblée Générale peut donc continuer.

2. Procès-verbal de l'Assemblée Générale du 17 mai 2017

M. R. Girard précise que le procès-verbal de l'Assemblée 2017 est disponible sur le site Internet de La Gruyère Tourisme (LGT) et aux Offices du Tourisme de Bulle et Gruyères et remercie son auteure. Celui-ci est accepté à l'unanimité.

3. Message de La Gruyère Tourisme

M. R. Girard nous fait grâce de la lecture du message de LGT. Toutefois il précise que la promotion de la région est le seul moyen de la vendre dans son ensemble. La marque Gruyère est un atout. Il fait part des réflexions du comité de l'ARG qui propose un crédit d'étude afin d'améliorer les structures, qui doit être voté prochainement. Il y a lieu de refaire une étude afin de fédérer les instances touristiques encore plus qu'aujourd'hui. Pour rappel, une étude avait déjà été menée par M. Francis Scherly à l'époque.

4. Rapport d'activité 2017

M. P. Charlet prend la parole afin de présenter le rapport d'activité 2017.

L'équipe

Il informe que le team LGT est composé de 13 personnes avec 9.8 EPT. Il profite de remercier chaleureusement toute l'équipe pour son engagement sans faille, sa flexibilité, son dévouement et la qualité du travail fourni. Il souligne également que ces chiffres ne représentent qu'une petite partie du travail quotidien pour essayer d'illustrer tout le travail effectué.

Information & Accueil

Contacts clients

Il rappelle que LGT a pour mandat de gérer les SD's de 2 des 3 pôles touristiques de La Gruyère. Dans les tâches prévues, nous retrouvons :

- Gestion du personnel et des locaux
- Tenue des comités des SD et des comptabilités
- Organisation des animations décidées par les comités
- Synergies et processus communs pour les prestations en faveur des hôtes
- Un centre d'information régional ouvert 7/7
- Permanence téléphonique de Fribourg Région tous les weekends

A titre d'exemple, il informe que 2'095 contacts ont été effectués pour Charmey, 3'238 pour Moléson et 7'934 pour Gruyères. 3'131 contacts ont concerné au moins 4 destinations de La Gruyère ; toutes les destinations gruériennes sont évidemment concernées et renseignées.

Il précise aussi que le service d'information est ouvert 7/7 toute l'année à Gruyères et 6/7 à Bulle, pour un total de 4'123 heures d'ouverture.

La Billetterie

Il informe que le service de La Billetterie, géré par LGT, a vendu 17'407 billets pour un chiffre d'affaires de CHF 717'525.-, contre CHF 917'600.- en 2016 et CHF 856'631.- en 2015. Cette baisse conséquente correspond directement à la perte d'un organisateur important, hors commission culturelle.

Il dit que le canal Internet se développe d'année en année, avec le choix des places et le paiement en ligne, et atteint désormais 34.8% des ventes, contre 31.60% en 2016 et 26.75% en 2015.

Actions Marketing

Branding

Il informe que l'année 2017 a été marquée à LGT par la refonte de l'identité de la marque touristique de La Gruyère. L'ancien logo a laissé sa place à une nouvelle signature devant refléter les valeurs de la région à savoir la générosité, l'authenticité et le côté « Swissness » de La Gruyère.

Il indique que l'identité s'est déclinée sur différents supports de communication et de merchandising pour véhiculer au mieux cette nouvelle marque. Il précise aussi que certaines déclinaisons sont déjà en vente et à disposition dans nos offices du tourisme.

Campagne Passeport

Il informe qu'au cœur des messages de LGT figure toujours le Passeport La Gruyère qui permet de communiquer la richesse de l'offre gruérienne. Il rappelle que ce sont 30 activités qui sont incluses dans l'offre avec la gratuité sur le réseau Frimobil.

Il souligne que des espaces dans de la presse alémanique ont été achetés ainsi que des campagnes de mots-clés sur Internet pour atteindre 718'655 contacts au total.

- Facebook ads: 545'277 impressions, 2'300 clics
- Google adwords: 22'941 impressions, 2'379 clics
- 1 annonce + 1 page de reportages dans les quotidiens
- Ostschweiz am Sonntag (lectorat: 53'814 personnes)
- Zentralschweiz am Sonntag (lectorat: 96'623 personnes)

Actions ponctuelles

Il annonce que des actions ponctuelles sont menées et que LGT soutient différents partenaires sur différentes promotions.

- Partenariat avec le pool de promotion des commerçants Gruyères (vidéo promotionnelle et stèle Grand Tour of Switzerland)
- Actions Top 4 attractions pour de l'affichage en gare de Berne, un mailing adressé aux écoles ainsi qu'une présence à l'aéroport de Zurich (stand d'information : brochure et vidéo)
- Publireportage en collaboration avec les partenaires, magazine Auf Reisen (cible groupes)
- Participation à la communication de Charmey et de Moléson
- Collaborations diverses de sponsoring d'une valeur de CHF 7'000.-

Campagnes Suisse Tourisme & Fribourg Région

Il indique que parmi les actions marketing, nous pouvons retrouver les campagnes menées conjointement avec Fribourg Région via le fond marketing coordonné. Le budget s'élève à CHF 620'000.- sur cette seule campagne, pour 29 mio. de contacts.

Il souligne que La Gruyère est aussi la principale région dans le cadre des campagnes « internationale » et France avec Suisse Tourisme avec respectivement 25 et 31% des espaces cantonaux.

Il complète en disant que La Gruyère est également présente sur les campagnes suivantes :

- Allemagne avec ST: La Gruyère = 15% des espaces cantonaux
- Campagnes ST Espagne + ST Wellness
- Campagne Hiver Suisse Tourisme et RMAF

Il informe qu'à la clé de ces campagnes, d'énormes audiences ont été touchées grâce à des actions de promotions et de publicités sur différents médias comme :

- Magazine Fribourg Région (campagne Suisse)
- Cross-médias Fribourg Région (campagne Suisse)
- Magazine Détours (France)
- E-promotion Suisse Tourisme (France)

Il ajoute également qu'il y a une présence dans des suppléments magazine de grands tirages et affinitaires comme le magazine « Grand Reportage » ou un supplément traitant du Grand Tour of Switzerland dans le Dauphiné.

Parmi les nombreuses visibilités en Espagne et Allemagne, il relève les articles dans le journal de l'ADAC et le magazine GEO en Espagne.

Il souligne que Fribourg Région est actif sur un nouveau marché en Belgique et il informe que les messages de La Gruyère sont évidemment très bien repris, dans le Walking Magazine, par exemple.

Des détails sur les dates, visuels et audiences sont disponible à l'Office du Tourisme de Bulle. LGT renseigne volontiers par marché ou par destination couverte.

Site Internet

Il rappelle qu'en octobre 2016, le site Internet, qui occupe bien sûr une position centrale dans les missions d'information et de promotion, avait subi une profonde métamorphose avec un changement total de graphisme, de fonctionnement et de navigation.

Il informe que LGT travaille quotidiennement sur le site pour mettre à jour les informations. Toutes les destinations sont présentes de manière complète et sont accessibles soit par thématiques, soit par un menu dédié aux destinations. Tout le contenu présent sur ce site est automatiquement repris sur le site Internet de Fribourg Région.

Il confirme que l'année 2017 a été marquée par plusieurs problèmes sérieux notamment avec le référencement mais également et surtout sur la navigation, l'expérience et l'utilisateur du site.

Il affirme que ces problèmes rencontrés ont engendrés une baisse de l'attractivité du site et de ses visites. Il le démontre avec un graphique où l'on peut voir 505'000 visites en 2017.

Il indique que sur la 1ère partie de 2017, LGT s'est très activement employé à faire remonter les problèmes auprès de Fribourg Région. Malgré son caractère un peu tardif, la réaction de Fribourg Région a été excellente pour envisager des mesures drastiques d'amélioration, avec notamment de nombreux inputs de LGT. Après de nombreuses séances de travail en 2017, une version n°2 du site Internet, en forte progression, va voir le jour en 2018 et ainsi fortement améliorer l'expérience-utilisateur et mieux servir les besoins des destinations régionales.

Il affirme que le site de La Gruyère demeure malgré tout le 1^{er} site du canton avec 505'000 visites (25% de tous les sites du canton, utilisant la solution UFT). Sur le site, 1'500 pages/articles sont générés et mis à jour, en 3 langues.

Réseaux sociaux

Il informe que LGT a entrepris un renforcement dès le début 2016 sur les réseaux sociaux et que la présence se fait majoritairement sur Facebook, Instagram et Twitter.

Il indique qu'il y a 2 posts effectués par jour en moyenne pour 145'500 likes et autres interactions.

Il souligne que la fonctionnalité des *stories* a été utilisée dès janvier, pour atteindre à elle seule, près de 43'000 vues sur 2017.

Il donne les statistiques 2017 suivantes :

- Facebook 428 posts = 72'500 likes / 3'000 commentaires / 11'300 partages
- Instagram 332 posts = 73'000 likes / 32'000 vues

Il informe également que ces chiffres résument à eux seuls l'énorme travail effectué toute l'année par LGT sur les réseaux sociaux.

Il montre ensuite les statistiques démontrant que depuis le début 2016, les résultats de l'intensification du travail sur les réseaux sociaux sont marquants, car ils atteignent à fin 2017 près de 3 millions de contacts sur Facebook, ce qui est 5 fois supérieur aux résultats de 2015.

Il indique également LGT tient à couvrir évidemment du mieux possible toute la région.

Il informe aussi que 2017 a aussi été marquée par un takeover du compte Instagram My Switzerland pour couvrir la désalpe de Charmey, avec des félicitations spéciales adressées à LGT de la part du team web de Suisse Tourisme.

Brochures

Il confirme qu'à côté des efforts digitaux, le support papier est toujours apprécié par la clientèle.

Il indique que la brochure régionale d'information a été éditée pour la 3^{ème} fois en 2017. Elle a été imprimée à 60'000 exemplaires. C'est le support pour toute l'information touristique de la région, la « référence » de l'information touristique régionale.

Il mentionne aussi l'autre publication importante de LGT, le plan panorama, qui a été mis à jour avec la nouvelle ligne graphique. La brochure reprend le « Best of » des randonnées et des highlights de La Gruyère. Le plan panorama a été tiré à 50'000 exemplaires.

Shooting photos & vidéo

Il ajoute que LGT met tout en œuvre pour élargir et mettre à jour la base de données photo autant que possible, en fonction des moyens disponibles. Vu l'importance des visuels dans la communication touristique, LGT maintient les efforts années après années.

Produits LGT

Il indique que les résultats des ventes des produits sont moins bons qu'en 2016.

En particulier sur le Passeport La Gruyère qui retrouve des chiffres en recul de 15% à 634 nuitées (forte chute en 2016). Ces statistiques s'expliquent, entre autres, par la grande perte de visibilité sur le site Internet (env.-50%) ainsi que la lisibilité et compréhension du client face aux différentes offres et prestations de Be My Guest (systématique sur chaque nuitée) ou encore du produit Fripass TPF.

Il précise que le Passeport reste néanmoins un vecteur d'image et de communication des activités. Sur les autres produits, il observe aussi une baisse mais les chiffres restent positifs en comparaison historique avec un chiffre d'affaires de CHF 237'000.-.

Promotion des ventes, Incoming

Il précise que le département des sorties de groupes remplit en quelque sorte la mission de promotion des ventes dans notre marketing mais également une mission de service au client, par le nombre de personnes renseignées par des offres qui passent ensuite en direct.

Il informe que l'exercice 2017 est négatif sur le plan du chiffre d'affaires (CHF 129'000.-). LGT a enregistré 135 demandes, contre 185 en 2016 et 198 en 2014.

Il explique que cette baisse est dûe à un très mauvais référencement du site Internet et que peu d'actions marketing ont été menées.

Relations publiques

Il indique que cette activité marketing constitue toujours l'un des piliers des activités de promotion de LGT.

Il précise que LGT a accueilli 65 visites de presse en 2017 (55 en 2016, 56 en 2015) pour 160 journalistes, issus de la presse écrite (32), du web (19 bloggers), de la TV (11 équipes) et de la radio (4). Environ 96 mio. de contacts touchés.

Il confirme que le nombre de contacts touchés est estimé à plus de 90 millions et dépasse de loin les actions de publicité que LGT est en mesure de mener aujourd'hui.

De plus, il informe que ces supports de communication ont pour la plupart une crédibilité importante. Les médias sont très souvent cités par les clients dans les premiers canaux de décision de destination touristique.

Il passe un reportage concernant La Gruyère en 2017.

Events & foires – promos

Il informe que LGT collabore avec différents événements de la région afin de dégager une meilleure visibilité (bannières, concours, etc.).

Il indique que LGT est présente sur des foires et promotions, principalement par l'intermédiaire de Fribourg Région.

Aussi, il souligne que LGT se trouve directement sur certaines promotions en fonction du personnel disponible et du caractère affinitaire de certaines promotions. Il donne l'exemple du salon du randonneur à Lyon, du salon des vacances à Colmar, de la foire des vacances CMT à Stuttgart, de la Fiets- en Wandelbeurs à Gent.

Statistiques – nuitées

Il indique que les nuitées sont en baisse de 2.7% en 2017 par rapport à 2016, à 507'943 nuitées.

Il tient à souligner que l'exercice 2017 est de loin le moins bon depuis 10 ans.

Evolution des nuitées par type d'hébergements

Il montre l'évolution des nuitées ces 4 dernières années, par catégorie d'hébergement et informe que les forfaits propriétaires sont toujours en baisse. Les nuitées hôtelières se maintiennent à un bon niveau et les hébergements collectifs sont en baisse.

Evolution des nuitées par Sociétés de Développement (SD)

Il explique l'évolution des nuitées pour chaque SD depuis l'année 2011 à l'aide d'un graphique.

Nuitées hôtelières par pays de provenance

Il commente le graphique et indique que la provenance des clients est principalement d'origine Suisse à 71%.

Statistiques – sites touristiques

Il présente ensuite les chiffres des entrées payantes dans les sites touristiques de La Gruyère et informe que le bilan est bien plus positif. Au total, 1'051'877 entrées ont été comptabilisées, soit 1.2 % de plus qu'en 2016.

Il souligne que l'année 2017 est le deuxième meilleur exercice jamais atteint avec toujours plus d'un million d'entrées payantes en Gruyère.

Marketing Partenaires

Il tient à ce que LGT communique au mieux avec les partenaires même si les moyens humains manquent. En 2017, LGT a communiqué vers les partenaires de manière ponctuelle sur certains sujets spécifiques, en fonction des projets menés.

Il note également la présence LGT dans environ 15 groupes de travail et que des séances d'informations ponctuelles ont lieu.

Il indique le lien www.la-gruyere.ch/rapport pour plus d'informations.

Il ouvre la partie questions sur les activités 2017 et donne ensuite la parole à M. R. Girard, qui le remercie.

5. Comptes 2017

M. R. Girard rappelle que les possibilités financières restent très limitées. Il souligne que l'augmentation des cotisations communales n'ont pas permis d'atteindre le seuil de masse critique. Les travaux menés avec l'ARG doivent permettre de l'atteindre dans le futur.

Ensuite, M. R. Girard passe la parole à M. P. Charlet qui commente les comptes.

Il explique que d'autres contributions sont en baisse car il y a eu moins de projets refacturés avec les partenaires et il souligne que l'année 2016 a été marquée par la refacturation d'un projet NPR.

Il indique que les charges au niveau des réseaux sociaux et de l'accueil ont été légèrement renforcées mais reste quand même bien en-dessous des ratios observés dans d'autres offices du tourisme.

Il présente ensuite le bilan et indique qu'une erreur s'est glissée dans la rapport d'activité concernant les immobilisés. En 2016, les CHF 35'900.- concernent l'accueil et non l'informatique.

Il informe que les amortissements sont en légère hausse car LGT a renouvelé son parc informatique (serveur) et ces investissements ont été porté au bilan en 2017. De plus, il indique que les débiteurs présentent un montant élevé car principalement constitué de taxes de séjours à recevoir de l'UFT et de refacturation de projets à des partenaires.

Au passif du bilan, il informe que les créanciers présentent un montant élevé car LGT doit redistribuer les taxes de séjours à recevoir de l'UFT, selon conventions. Il y aussi les diverses factures habituelles. Il informe aussi que les passifs de régularisation proviennent des factures des Remontées Mécaniques des Alpes fribourgeoises (RMAF), des projets web et de la publicité.

Il indique aussi que les provisions marketing sont en baisse de CHF 20'000.-, comme prévu par le budget (branding). Il rappelle que les provisions marketing ont été augmentées de CHF 65'000 en 2016.

M. P. Charlet présente un graphique montrant l'évolution et la répartition des recettes sur la période 2014-2017. Il indique que le 30% des recettes provient des 25 communes et que les taxes de séjour représentent 22% des recettes.

6. Organe de révision

M. R. Girard nous informe que la Fiduciaire Ruffieux est présente et invite M. J.- J. Ruffieux à prendre la parole. M. J.-J. Ruffieux remercie tout d'abord le président, salue les personnes présentes à l'Assemblée et lit la lettre de vérification des comptes et recommande à l'Assemblée d'approuver les comptes, ce qui est fait à l'unanimité.

7. Election membres du comité Directeur

M. R. Girard passe au point suivant et ouvre le sujet à propos de l'élection des membres du Comité directeur.

En effet, il informe que M. S. Jacquat a démissionné et que M. Y. Page, Syndic de Val-de-Charmey, a rejoint le comité en tant qu'invité en 2017. Il est proposé pour intégrer le comité en tant que représentant de Val-de-Charmey. Il est ainsi nommé par applaudissement.

Il annonce que M. P. Micheloud a fait part en janvier de sa démission du comité LGT après de très nombreuses années de service. Le président permet de souligner que M. P. Micheloud était un membre historique et que LGT le remercie sincèrement pour le travail qui l'a fourni pour le tourisme gruérien. Il peut aussi le représenter comme une personne visionnaire, engagé au quotidien et entrepreneur avec beaucoup de qualités professionnelles et humaines. Il le remercie également pour tous ses bons conseils et pour les bons moments de partage durant toutes ces années. Il lui souhaite tout le meilleur pour la suite.

M. P. Micheloud prend la parole avec beaucoup d'émotion et s'exprime en tant que membre au comité et de sa vie dans le tourisme gruérien. Il indique que le tourisme doit venir du cœur. Il remercie le personnel de LGT et les membres du comité avec qui il a eu beaucoup de plaisir à collaborer et travailler. Il indique avec humour qu'il a usé 3.5 présidents et laisse dès à présent la place à un nouveau membre. Il tient également à informer que l'économie touristique est très importante aujourd'hui et doit être prise au sérieux. L'apport touristique devient de plus en plus grand. Pour finir, il remercie le monde du tourisme et souhaite à tous plein succès pour la suite.

M. R. Girard remercie M. P. Micheloud en lui offrant un cadeau.

M. R. Girard annonce qu'il quittera son poste en tant que président dans une année environ. En effet, il indique qu'après 17 ans de présidence, il souhaite se retirer et laisser sa place au conseiller communal en charge du tourisme à Bulle. Il indique que M. N. Wyssmüller, conseiller communal, est membre invité pendant une année et rependrait la présidence après son année de préparation afin d'assurer une transition de qualité. Pour rappel, le siège du président a toujours de facto été occupé par les conseillers communaux de Bulle.

8. Programme d'activité 2018

Structures

M. P. Charlet reprend la parole et nous dit qu'en ce qui concerne les objectifs 2018, sur les structures et organisations, LGT a pour objectifs de :

- Maintenir et améliorer le service de qualité via les processus en vigueur et nouveaux processus « Qualité »
- Poursuivre les efforts d'optimisation des moyens financiers en faveur de la promotion de la région
- Assurer la bonne gestion des sociétés de développement des 2 pôles touristiques Bulle et environs et Gruyères-Moléson : Animations-Events, comptabilité-comité, offres, synergies et process communs avec LGT

Il indique que parallèlement aux objectifs internes, LGT sera active sur plusieurs travaux d'envergure touchant aux différentes structures expliquées ci-après :

- Au niveau régional avec des travaux liés à la révision du Concept touristique régional, en collaboration avec l'ARG
- Au niveau cantonal en participant pleinement à la démarche DMO-x Lean Management qui a pour objectif de simplifier les instances touristiques au niveau cantonal
- Au niveau local en cherchant des résultats concrets de synergies et/ou des rapprochements

Présence au sein de groupes de travail pour une meilleure coordination

Il indique qu'à titre informatif, la présence de LGT dans de nombreux groupes de travail favorise la coordination entre prestataires.

Il souligne que la présence de La Gruyère au sein de groupe de travail pilotés par Fribourg Région tient à cœur LGT pour représenter au mieux les intérêts de La Gruyère.

Marketing

Il rappelle les objectifs suivants sur le plan marketing :

- Poursuite des efforts de collaborations avec partenaires privés
- Maintien des efforts publicitaires sur le Passeport et la région
- Relance des activités Incoming
- Investissements dans le fond marketing UFT – ST
- Poursuivre les efforts d'implémentation de la nouvelle marque La Gruyère

E-marketing

Il annonce qu'en matière de présence digital, il est prévu de poursuivre les efforts sur les réseaux sociaux car les résultats sont très positifs.

Il indique que LGT a toujours pour objectif d'aboutir au lancement d'une plateforme e-commerce pour la vente en ligne d'entrées dans les attractions ou autres services.

Comme indiqué auparavant, l'année 2018 sera marquée par l'arrivée de la version 2 du site Internet www.la-gruyere.ch. Cette version reste très attendue, avec de fortes améliorations pour les

destinations et les clients. Notamment une bien meilleure navigation, un meilleur référencement ainsi que davantage de flexibilité pour la mise en avant des messages par les destinations.

Il profite également de rappeler que les différents points de contact sont à disposition pour toutes questions/suggestions/idées pour les activités et le tourisme gruérien.

Finalement, il indique que le rapport ainsi que la présentation de ce jour sont disponibles sur le lien www.la-gruyere.ch/rapport.

Il termine sa présentation en remerciant toute l'équipe de La Gruyère Tourisme ainsi que les membres du comité.

9. Divers

M. R. Girard ouvre la partie des divers.

Mme S. Rouvenaz prend la parole à propos de l'e-commerce et se demande si la plateforme sera accessible au grand-public ou uniquement aux prestataires.

M. P. Charlet lui répond que l'accès est prévu pour le grand-public et des commissions seront attribuées pour les revendeurs.

M. P.-A. Morard annonce que c'est un plaisir d'être à l'Assemblée générale de participer et s'excuse de son absence l'année passée. Il souligne que l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT) ainsi que La Gruyère Tourisme entretiennent une très bonne collaboration. Il remercie M. P. Micheloud pour ses efforts de regroupement des structures à l'échelle cantonale et régionale et tient à le remercier aussi pour le travail et la collaboration qu'ils ont mené ensemble.

Il confirme que les sites Internet ne sont pas optimaux et il tient à souligner que Suisse Tourisme a abandonné son soutien à ce sujet. L'UFT a dû alors trouver d'autres solutions qui se sont avérées complexes à cause de l'importance du travail à faire. Il affirme que les perspectives sont bonnes et que l'instance cantonale soutient les régions.

Il indique également quelques projets en vue pour l'UFT avec comme premier objectif « Easy Check-in » qui a pour but d'enregistrer les coordonnées des clients dans un système électronique lors de leur arrivée chez les hébergeurs. Des formulaires seront remplis et centralisés afin de mieux communiquer auprès de la police et des instances concernées. Ce projet devrait être mis en place dès 2020.

Il donne une information sur le projet DMO qui consiste à améliorer les structures du tourisme fribourgeois. Ce projet est en cours auprès de l'UFT et les différents offices du tourisme.

Du point de vue politique, il explique que la révision sur la Loi du tourisme nécessite du changement et que le dossier est en cours. La Loi devrait être mise à jour courant 2020 environ.

Pour finir, il indique que le projet Préalpes 2030 est en cours d'étude. Il confirme qu'environ 17'000 fribourgeois sont en possession du Magic Pass pour cette année avec la version été-hiver. Grâce au Magic Pass, les stations fribourgeoises ont pu voir leurs chiffres augmentés. Il souligne que ces chiffres sont très impressionnants avec plus de 90'000 ventes. Le tourisme dépasse les frontières et le tourisme global s'élargit, comme le tourisme fribourgeois.

M. R. Girard le remercie pour ses propos.

M. J.-L. Jordan remercie M. P. Micheloud et l'équipe de LGT. Il souligne que l'équipe fait au mieux les choses avec les moyens dont elle dispose. Il indique que le Magic Pass devrait être complété avec la région (Hôtels par exemple). Il parle ensuite des produits qui ne s'exportent pas, comme la crème double. Il y a lieu d'encore mieux les vendre sur place.

M. R. Girard le remercie et lui répond en disant qu'il y a effectivement encore beaucoup de choses à faire et beaucoup de moyens à renforcer.

Mme S. Rouvenaz prend la parole au sujet de la Fête Fédérale des Fifres et Tambours qui se déroulera fin juin dans la ville de Bulle. Elle confirme que cette manifestation sera de grande envergure pour la région et se permet de demander, en s'adressant à l'assemblée, s'il y a encore de la disponibilité hôtelière dans le canton de Fribourg. Elle propose de faire éventuellement un mail collectif afin de savoir où envoyer les gens et assurer un bon suivi.

M. P. Charlet la remercie pour son intervention et prend bonne note de son idée de mail collectif.

M. R. Girard remercie les membres du comité pour leur engagement et remercie l'équipe de LGT ainsi que M. P. Charlet pour leur travail et souligne la bonne ambiance au sein du groupe.

Il clôt l'Assemblée à 19h00 et passe la parole à M. Julien Magnin pour une présentation du projet Novilé, projet soutenu par la NPR.

Bulle, le 29 mai 2018 / Audrey Pauli