

FRIBOURG | FREIBURG

RAPPORT DE GESTION 2019
GESCHÄFTSBERICHT 2019



A. EDITO / LEITWORT	2-3
B. DAS TOURISMUSJAHR 2019 / L'ANNÉE TOURISTIQUE 2019	4-5
C. NUITÉES ET MUSÉES	6-7
D. FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	8-25
D1. Service accueil et information	8-10
D1.1 Situation générale.....	8
D1.2 Statistiques du département.....	9-10
D2. Produits de Fribourg Tourisme	11-15
D2.1 Visites guidées.....	11-12
D2.2 Petit Train touristique.....	13
D2.3 Montée à la tour de la cathédrale St-Nicolas.....	13
D2.4 Golf Urbain.....	13
D2.5 Chasse aux trésors.....	14
D2.6 Forfaits.....	14
D2.7 Taste my Fribourg.....	14
D2.8 Fribourg City Card.....	15
D3. Service des congrès	16
D3.1 Situation générale.....	16
D3.2 Statistiques du service des congrès.....	16
D3.3 Statistiques MICE.....	16
D4. Marketing	17-22
D4.1 Stratégie.....	17
D4.2 Le produit touristique.....	17
D4.3 L'expérience de l'hôte.....	17-18
D4.4 Le marketing.....	18-22
D4.4.1 Tourisme de loisirs.....	18-19
D4.4.2 Tourisme d'affaires.....	19
D4.4.3 Médias.....	20
D4.4.4 Web et supports numériques.....	20-22
D5. Service de billetterie	23-25
D5.1 Résultats.....	23-24
D5.2 Manifestations importantes 2019.....	24-25
E. COMPTES 2019 - RÉVISION	26-30
F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	31
G. PERSONNEL DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	32-33
G1. Collaboratrices et collaborateurs de Fribourg Tourisme et Région	32
G2. Guides officiel(le)s	33
G3. Conteuses et conteurs (visites légendaires)	33
H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	34-35



Madeleine Genoud-Page

Présidente de Fribourg Tourisme et Région
Präsidentin von Freiburg Tourismus und Region

Chers membres de Fribourg Tourisme et Région,

A la fin de l'année 2019 notre directeur M. Cédric Clément a cumulé cinq ans de service à la tête de notre association. Son engagement, son sens stratégique, son audace parfois, sa capacité à fédérer et à faire confiance ont permis d'élargir encore la variété de nos produits en 2019. Cette diversité permet de satisfaire au mieux l'éventail toujours plus éclectique des visiteurs et touristes de Fribourg et sa région. Merci Cédric !

La volonté de présenter le Grand Fribourg au travers de son passé et son histoire médiévale va permettre d'augmenter son attraction touristique et de remettre au goût du jour son «ADN 1606».

Ce projet prévu sur plusieurs années, soutenu par la Nouvelle Politique Régionale (NPR) du Canton de Fribourg, que nous remercions vivement, demande aussi à trouver pour notre association des moyens financiers nouveaux et conséquents.

Notre activité de promotion et de diffusion de nos produits est, et restera notre force, mais doit être complétée par le développement de thématiques nouvelles et de collaborations inédites. Je peux relever celle avec l'association Werkhof-Frima qui va ouvrir tout prochainement son Espace 1606 aux visiteurs.

Un merci à l'Agglomération pour sa participation institutionnelle, à chaque membre pour son soutien fidèle qui nous permet d'être toujours ambitieux dans le développement de recettes innovantes. Nous continuerons à vous surprendre par des visites surprises et inattendues.

Un grand merci aussi à mon comité qui m'épaula dans ma tâche, ainsi qu'à toute l'équipe qui seconde notre directeur, souvent discrète mais toujours efficace et souriante.

Je termine ce mot en insistant sur la nécessité d'une collaboration entre tous les partenaires, publiques, économiques et touristiques, pour continuer à développer la vitalité et le rayonnement de «notre Fribourg et notre Région».

Liebe Mitglieder von Freiburg Tourismus und Region

Unser Direktor Herr Cédric Clément wirkt nun bereits seit fünf Jahren an der Spitze unseres Vereins. Sein Engagement, sein strategisches Denken, seine Energie, seine Fähigkeit zu assoziieren und Vertrauen zu haben, haben es uns ermöglicht, die Vielfalt unserer Produkte im Jahr 2019 weiter auszubauen. Durch dieses breite Angebot gelingt es uns, der immer individueller werdende Nachfrage unserer Gäste nach zu kommen. Vielen Dank Cédric!

Das Vorhaben, Freiburg anhand seiner Vergangenheit und seiner mittelalterlichen Geschichte zu präsentieren, wird die touristische Attraktivität erhöhen und seine «DNA 1606» zum Vorschein bringen / ins Rampenlicht setzen.

Dieses mehrjährige Projekt wird von der Neuen Regionalpolitik NPR und vom Kanton Freiburg unterstützt, wofür wir sehr dankbar sind. Diese externe Unterstützung erfordert jedoch auch, dass wir neue und beachtliche finanzielle Mittel für unseren Verein finden.

Die Vermarktung und die Veröffentlichung unserer Produkte sind und bleiben eine Stärke von uns, müssen aber durch die Entwicklung neuer Themen und neuen Kooperationen ergänzt werden. An dieser Stelle möchte ich die neue Zusammenarbeit mit dem Verein Werkhof-Firma, der bald seinen „Espace 1606“ eröffnet, erwähnen.

Ich danke der Agglomeration für ihre Beteiligung und jedem Mitglied für seine treue Unterstützung, denn die ermöglicht es uns, uns ehrgeizig zu entwickeln, zu arbeiten und innovative Konzepte zu kreieren. Wir werden nicht aufhören Sie mit Neuem und Unerwartetem zu überraschen.

Ein grosses Dankeschön richte ich auch an mein Komitee, das mich bei meinen Aufgaben unterstützt, sowie an das gesamte Team, welches unserem Direktor immer effizient und wohlwollend zur Seite steht.

Abschließend möchte ich nochmals betonen, wie wichtig die Zusammenarbeit zwischen allen Partnern – ob öffentlich, wirtschaftlich oder touristisch – für die Entwicklung und die Lebendigkeit von Freiburg Tourismus ist.



Cédric Clément

Direktor von Freiburg Tourismus und Region
Directeur de Fribourg Tourisme et Région

Das Jahr 2019 war für die Projekte und die Strategie, welche wir seit 5 Jahren führen, ein Jahr der Konsolidierung. Da der Kreislauf noch in vollem Gange ist, werden wir an dieser Stelle noch keine Bilanz ziehen. Dennoch ist es ein guter Zeitpunkt, die verschiedenen getroffenen Massnahmen aufmerksam zu betrachten.

Beginnen wir mit den Massnahmen zu Gunsten unserer Besucher. Unsere Touristen-Engel waren letzten Sommer zum 3. Mal im Einsatz, mit demselben Erfolg wie in den vorherigen Jahren. Wir haben eine «Gastfreundlichkeit-surkunde» erstellt, welche die Grundregeln eines qualitativen Empfangs in unserer Destination regelt. Diese Urkunde haben wir zur Anwendung an unsere Mitglieder verteilt. Wir haben unsere touristischen Informationsstellen im Forum Freiburg und im Burg Quartier weiterentwickelt. Im Burg Quartier arbeiten wir mit dem Geschäft «Les Marchands Merciers» zusammen und konnten somit in diesem zentralen Quartier eine Informationsstelle schaffen.

Nach drei Jahren Entwicklungsdauer konnten wir auch stetig unsere Palette thematischer Führungen erweitern. Mit unserem neuesten Produkt «Freiburg, erzählt in der Dämmerung» sind wir im Herbst 2019 erfolgreich gestartet. Auch die Food-Tour für Einzelpersonen «Taste my Fribourg», eine Neuheit seit Frühling 2019, wurde von vielen Besuchern gebucht und geschätzt. 2019 war auch das Startjahr für das Projekt «DNA1606». Dieses hat zum Ziel, die touristische Attraktivität der Region um das post-mittelalterliche Angebot herum zu positionieren. Dazu gehört die Weiterentwicklung der Stadtmauerrundgänge, das Erstellen eines Video-Guides mit «Augmented Reality» und auch eine enge Zusammenarbeit mit dem zukünftigen «Espace1606».

Die Förderung unserer Region und der verschiedenen Produkte geht ruhig voran. Der aktuelle Geschäftsbericht zeigt die verschiedenen durchgeführten Massnahmen. Ein Höhepunkt im letzten Jahr war die tolle Reportage des französischen Fernsehsenders TF1. Diese wurde zweimal ausgestrahlt (Februar und Dezember), erreichte über 6 Millionen Zuschauer und erzielte über eine halbe Million «likes» auf den sozialen Netzwerken.

Wir sind auf gutem Weg in die richtige Richtung und unser Team arbeitet hart daran, die Destination Freiburg weiterhin auf der Erfolgswelle zu halten. Der Unterschied wird sich in der Bekanntheit unserer Destination und der Vermarktung unserer Produkte zeigen. An was es schlussendlich fehlen wird, ist ja bekanntlich immer dasselbe. Trotzdem blicken wir mit Gelassenheit und Freude auf das Jahr 2020, wo sich wieder verschiedenste Projekte konkretisieren werden, mit welchen wir im 2019 gestartet haben.

L'année 2019 fut une année de consolidation pour les projets et la stratégie que nous menons depuis 5 ans. Nous n'allons pas les traiter sous forme de bilan, car le cycle est en cours. Mais cinq années de stratégie sont l'occasion de déposer un regard attentif sur l'avancée des démarches.

Prenons l'axe dit de l'expérience, soit l'ensemble des mesures d'accueil en faveur de nos visiteurs. La patrouille des Anges à touristes a connu sa 3^e édition en 2019, toujours avec le même succès. Nous avons rédigé une Charte de l'Hospitalité, qui définit les règles élémentaires d'accueil dans notre destination touristique. Charte que nous encourageons à utiliser et diffuser. Les relais d'information touristique ont connu un développement concret, à Forum Fribourg et surtout dans le Bourg, où une collaboration constructive avec les Marchands Merciers a permis de mettre sur pied un point d'info touristique dans ce quartier.

La gamme des produits de visites thématiques arrive à maturité après 3 ans de développement. La dernière venue, la Balade contée à la nuit tombée, rencontre d'ores et déjà un vif succès. Taste my Fribourg, «Food tour» individuel et nouveauté 2019, a rencontré un succès considérable. De plus, 2019 a été le point de départ du projet global «ADN1606», qui vise à repositionner l'attractivité touristique de la région autour de son offre (post)médiévale. Concrètement, le développement du circuit des remparts et la création d'un visio-guide avec réalité augmentée sont sur les rails, ainsi qu'une collaboration étroite avec le futur Espace1606.

La promotion de notre région et des différents produits suit un cours plus paisible. Le présent rapport de gestion revient sur les différentes actions mises en place. Relevons comme fait marquant de 2019 la venue de TF1 dans notre cité, et l'excellent reportage qui en a suivi. Celui-ci a touché à 2 reprises (février et rediffusion en décembre) plus de 6 Mio de téléspectateurs et le partage sur les réseaux sociaux le porte à plus d'un demi-million de vues.

Nous sommes en bonne voie, le cycle en cours va dans la bonne direction et notre équipe s'attèle sans ménagement à continuer à mener la destination fribourgeoise sur la voie du succès. La différence se fera dans la notoriété de notre région et la diffusion de nos offres. Et le nerf de la guerre, dans cette guerre-là, est bien connu, et fait un peu défaut. Nous voyons néanmoins l'avenir avec sérénité et nous nous réjouissons de l'année 2020, qui verra se concrétiser de nombreux projets initiés en 2019.

C. NUITÉES ET MUSÉES

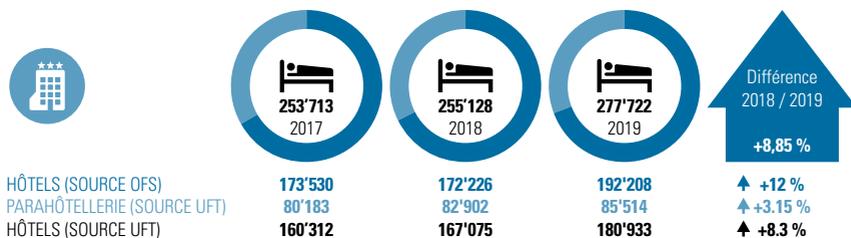


© Hôtel ibis budget

En 2019, l'agglomération fribourgeoise enregistre un record en comptabilisant un total de 192'208 nuitées hôtelières (+12 %). La haute saison fût particulièrement bonne avec une augmentation de 16.3 % en mai, 18.6 % en juin, 21.3 % en juillet, 19.6 % en août et 18.7 % en septembre par rapport à 2018.

Seuls les mois de janvier, mars et décembre enregistrent une légère diminution par rapport à l'année précédente. Si juillet et août restent en tête, le mois de septembre se place en 3^{ème} position, démontrant une fois de plus l'importance de la saison automnale pour notre destination.

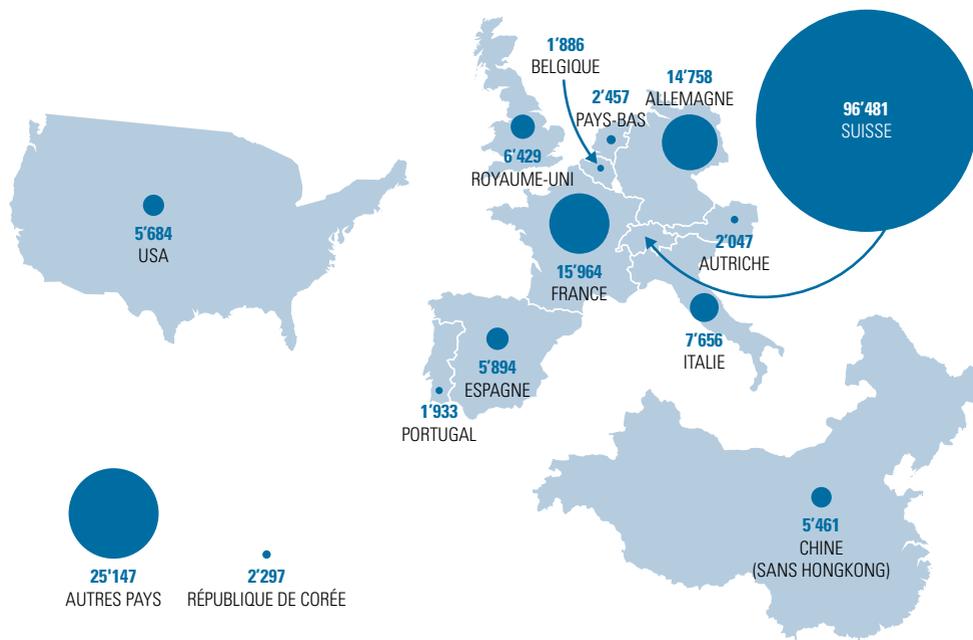
NUITÉES À FRIBOURG ET DANS LES COMMUNES MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION



Les statistiques de la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour (ci-dessus «Source : UFT»), laissent apparaître une différence avec celle de l'OFS en raison de l'exemption des nuitées des enfants, des militaires ou des institutions à caractère social.

En ce qui concerne les provenances, le marché européen continue son importante croissance. Relevons en priorité l'augmentation des hôtes français (+18.7%) avec un chiffre record de 15'964 nuitées, qui place la France en deuxième position du classement, directement après la Suisse et devant l'Allemagne. Nous enregistrons aussi une forte augmentation des hôtes italiens (+41.5%) et du Royaume-Uni (+23.6%). Premier pays non européen du classement, les Etats-Unis comptabilisent 5684 nuitées (+33%) et sont suivis de près par la Chine (5461 nuitées). La République de Corée se place en 10^{ème} position du classement avec 2297 nuitées en 2019 (+25%).

NUITÉES HÔTELIÈRES PAR PROVENANCE (SOURCE : OFS)



ENTRÉES ENREGISTRÉES DANS LES MUSÉES DE LA VILLE ET ENVIRONS	2017	2018	2019
Musée d'art et d'histoire	14'226	15'750	14'954
Espace Jean Tinguely-Niki de Saint Phalle	18'139	20'470	19'916
Musée d'histoire naturelle	67'643	65'006	65'349
Musée suisse de la marionnette	2'080	3'032	3'103
Musée suisse de la machine à coudre	*	*	*
Musée suisse de la bière (Cardinal)	1'200	1'050	980
Fri-Art	4'985	3'800	4'000
Bible et Orient	1'541	1'261	1'604
Chemin fer du Kaeserberg	14'834	14'929	16'028
Gutenberg	19'544	20'746	18'290
Across the screen	*	2'100	4'000
smem (Swiss Museum & Center for Electronic Music Instruments)	*	*	3'000
TOTAUX	144'192	146'856	151'224

* Pas de statistiques précises
Les entrées de la Nuit des Musées sont comptabilisées dans ces totaux.



© Pierre Cuony

D1. Service accueil et information

D1.1 SITUATION GÉNÉRALE

L'année 2019 connaît un bilan positif avec des augmentations dans plusieurs services touristiques:

Les visites guidées sont en constante augmentation depuis plusieurs années. Ceci grâce notamment aux perpétuelles recherches de nouvelles idées de visites. Nous avons accueilli par exemple cet hiver un nouveau produit: «La Balade contée à la nuit tombée».

Les chiffres montrent également que la découverte de la ville de Fribourg grâce à notre petit-train touristique a satisfait de nombreux groupes et reste une activité incontournable.

La montée à la tour de cathédrale se porte également bien avec une augmentation de plus de 1'000 entrées par rapport à 2018.

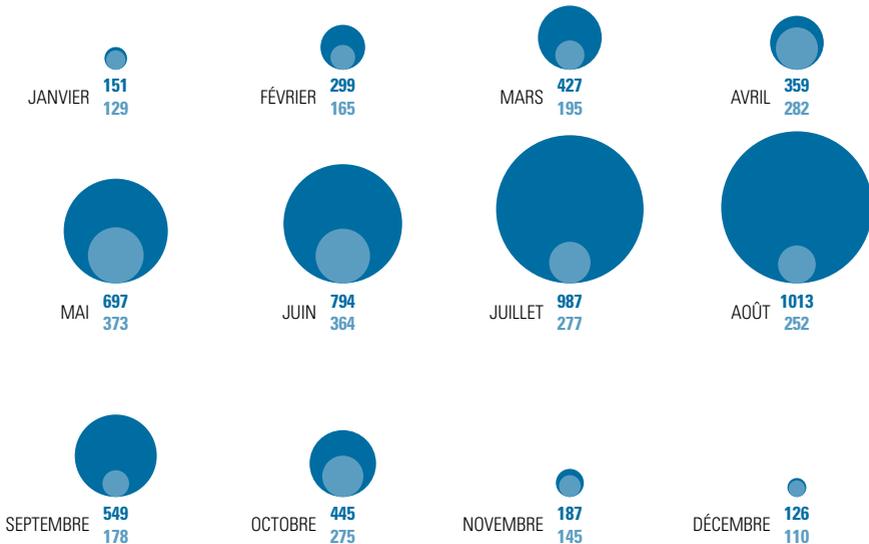
Les activités ludiques sont toujours autant appréciées avec un plus fort intérêt pour la chasse aux trésors par rapport au Golf Urbain.

D1.2 STATISTIQUES DU DÉPARTEMENT

Durant l'année 2019, le département de l'information touristique a accueilli à son guichet plus de 13'000 personnes et reçu environ 3'000 appels téléphoniques. Ces chiffres sont en nette augmentation par rapport à l'année précédente. Malgré un mois de janvier plutôt stable, nous constatons une spectaculaire hausse des visiteurs en début d'année (+50.3%) pour le mois de février et (+77.9%) pour le mois de mars. Nous pouvons en partie l'expliquer par un hiver plutôt doux avec peu de précipitations. Cette augmentation s'est prolongée en milieu d'année, et plus précisément en mai, juillet et août où l'affluence battait des records. Cependant, nous constatons une baisse dès le mois d'octobre avec un recul de -26.1% pour le mois de novembre et -30.8% en décembre.

CONTACTS DU SERVICE ACCUEIL / INFORMATION

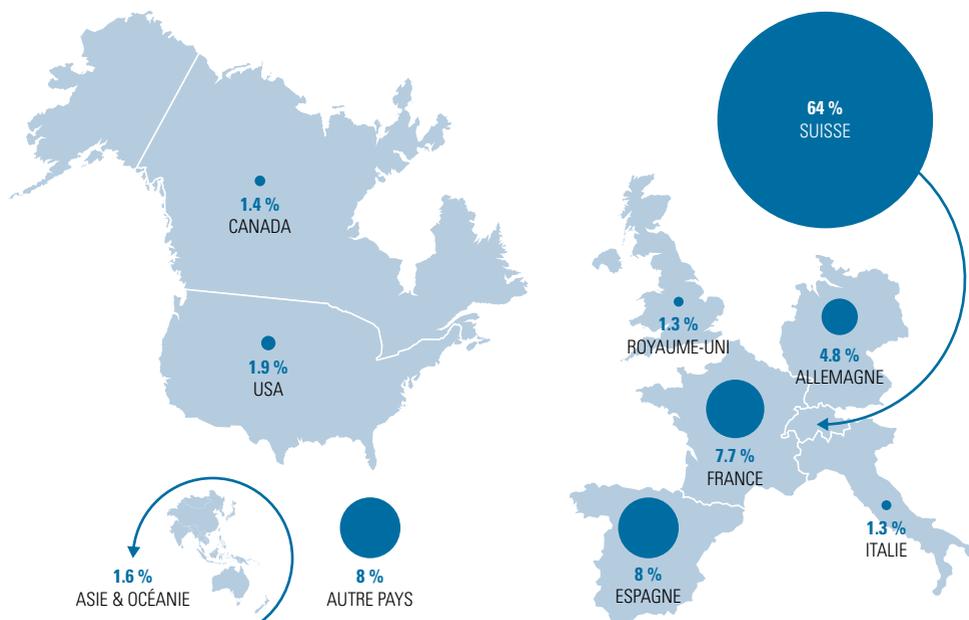
DESK **6034**
TÉLÉPHONE **2745**



NOMBRE DE VISITEURS AU GUICHET
~13'300 VISITEURS

Fribourg Tourisme constate un retour en force des hôtes allemands (+30.3%) ainsi qu'une hausse non négligeable des hôtes provenant de France (+7.4%) et d'Espagne (+10.8%) par rapport à l'année 2018. Les hôtes suisses sont également en augmentation (+19.3%). Ces derniers proviennent principalement des régions de Fribourg, Zürich, Berne et Genève.

PROVENANCE PAR PAYS



D2. Produits de Fribourg Tourisme et Région

D2.1 VISITES GUIDÉES

Die Anzahl Führungen konnten wiederum gesteigert werden. Davon sind rund 135 Stadtmauerführungen. Die Anzahl Personen, welche an einer Führung teilgenommen haben, konnte um rund 1'000 Personen erhöht werden.

NOMBRE TOTAL DE VISITES GUIDÉES



NOMBRE TOTAL
DE VISITES GUIDÉES



432
2017

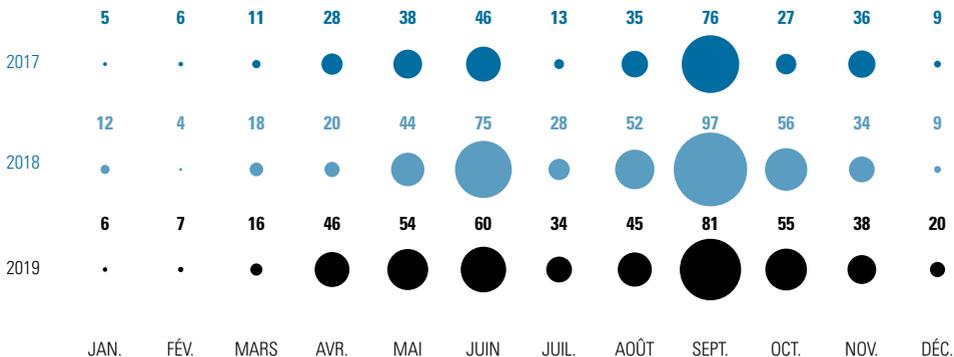


449
2018



462
2019

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR MOIS



NOMBRE DE VISITES GUIDÉES	2017	2018	2019
Visites classiques	330	231	210
Visites légendaires	24	28	21
Visites de la cathédrale	49	48	56
Visites du Pont de la Poya	5	1	4
Visites «Au fil de la Sarine»	9	7	6
Visites «A la claire fontaine»	3	7	3
Visites «Aux portes des églises»	3	1	2
Visites culinaires	1	5	6
Visites «Kids-Tour»	2	6	2
Visites «Saint-Exupéry»	4	3	4
Visites «Tinguely 2016»	2	0	0
Visites des remparts ouest Visites des remparts est	-	112	76 59
Balade contée à la nuit tombée	-	-	13

NOMBRE DE PARTICIPANTS



NOMBRE DE PARTICIPANTS



4'600
2017



5'708
2018



6'772
2019

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR LANGUE	2017	2018	2019
Français	120	172	210
Allemand	159	213	195
Bilingue	16	38	28
Anglais	23	19	20
Italien	1	2	6
Espagnol	11	5	3

D2.2 MINIZUG

Nach einem sehr guten Jahr 2018 bleibt der Minizug konstant und konnte ähnlich viele Fahrgäste auf der Rundfahrt begrüßen.

NOMBRE DE VOYAGEURS



ADULTES
ENFANTS



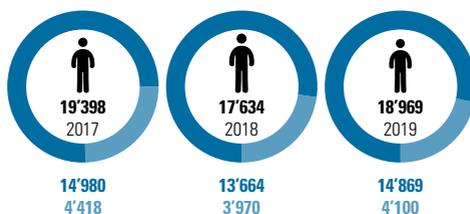
D2.3 MONTÉE À LA TOUR DE LA CATHÉDRALE ST-NICOLAS

En 2019, les chiffres sont à nouveau en hausse pour la montée à la tour de la cathédrale. Le nombre d'entrées rejoint les résultats connus les dernières années.

NOMBRE DE VISITEURS



ADULTES
ENFANTS



D2.4 GOLF URBAIN

Le Golf Urbain est l'activité connaissant la diminution la plus marquée en 2019.

NOMBRE DE JOUEURS

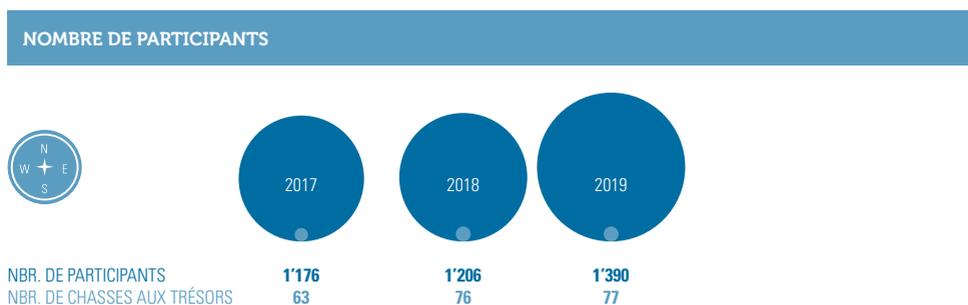


TOTAL JOUEURS



D2.5 CHASSE AUX TRÉSORS

L'activité de la chasse aux trésors reste stable cette année avec un nombre de groupe similaire et une augmentation du nombre de personnes.



D2.6 FORAITS

Die Anzahl verkaufter City-Break-Pauschalen konnte deutlich erhöht werden. Hingegen wurden weniger Rock'n'Sleep-Pauschalen verkauft, da weniger Konzerte im Angebot waren.

NOMBRE DE FORAITS ET NUITÉES	2018		2019	
	FORAITS	NUITÉES	FORAITS	NUITÉES
Forfait City Break	18	29	28	48
Rock'n sleep (Fri-Son)	29	29	20	20
Détente au coeur de la ville (Urban Spa)	2	2	3	3
Taste my Fribourg	-	-	1	1
Forfaits pour groupes Dzodzet, Bolze, Zaehringen	4	-	4	-
TOTAUX	53	60	56	72

D2.7 TASTE MY FRIBOURG

Dans le cadre de la campagne Taste My Swiss Cities de Suisse Tourisme, Fribourg propose également son propre Food Tour, «Taste my Fribourg» commercialisé dès le mois de mai. Ce nouveau produit rencontre un vif succès auprès des touristes et des locaux. Un forfait a également été créé en été afin de combiner l'offre avec une nuitée.

	2019
Nombre de réservations faites en direct à FTR	22
Nombre de réservations faites par la plateforme GetyourGuide	23
Nombre total de réservations «Taste My Fribourg»	45
Nombre de personnes	187

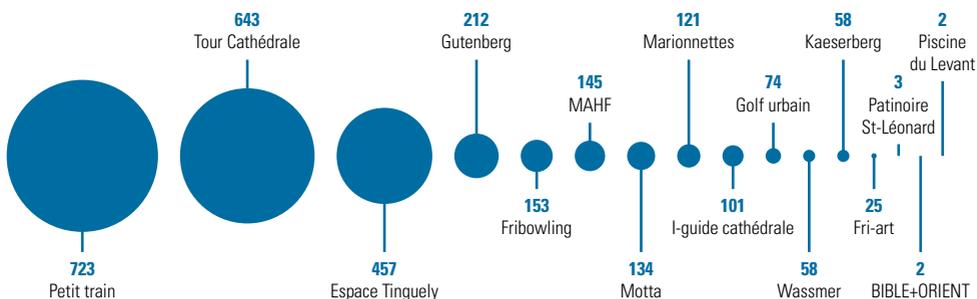
D2.8 FRIBOURG CITY CARD

Depuis la création du produit en été 2014, les ventes de Fribourg City Card sont en augmentation constante et atteignent presque le millier en 2018. En 2019, le nombre total de vente explose et l'on comptabilise plus de 1700 cartes en circulation. Fribourg Tourisme et Région se réjouit de voir ce produit évoluer de manière positive, et les efforts constants en matière de communication récompensés.

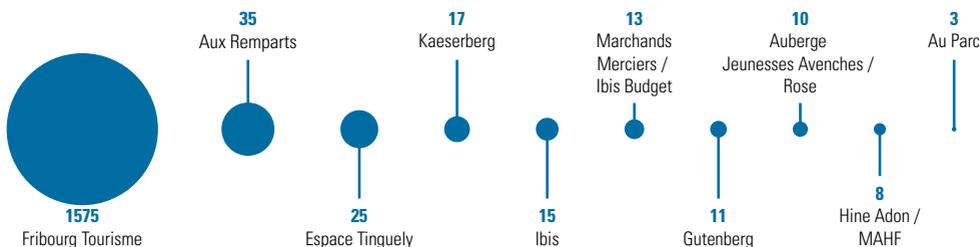
La grande majorité des ventes concerne les cartes pour 1 jour. Les cartes «adulte 1 jour» sont très largement en tête du classement, notons toutefois une augmentation des cartes pour deux jours. Ces dernières sont principalement distribuées dans le cadre des différents forfaits avec nuitée mis en place par Fribourg Tourisme et Région. En 2019, la Fribourg City Card «adulte 1 jour» a été intégrée au nouveau produit «Taste my Fribourg» qui a remporté un beau succès. Pas moins de 187 cartes ont été distribuées aux gourmands ayant choisi cette offre pour visiter la ville. La campagne Raiffeisen a également permis une distribution importante, avec plus de 200 cartes (toutes catégories confondues) vendues à prix réduit aux sociétaires de la banque. Nous relevons l'excellente collaboration avec les partenaires et constatons aussi une augmentation générale des ventes auprès des hôtels et musées.

TYPE DE CARTE	ADULTES 2018	ENFANTS 2018	ADULTES 2019	ENFANTS 2019
Carte 1 jour	638	146	1'150	374
Carte 2 jours	123	6	173	50
TOTAL DE CARTES DIFFUSÉES	913		1'747	

UTILISATION



POINTS DE VENTE



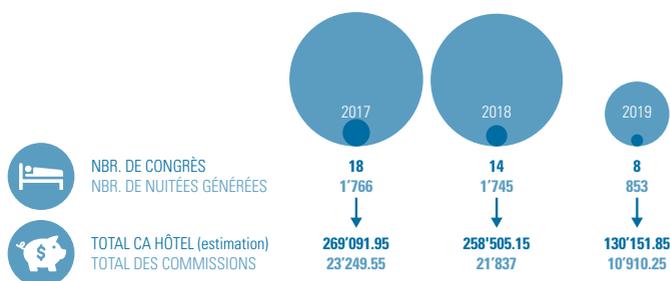
D3. Service des congrès

D3.1 SITUATION GÉNÉRALE

Le Service des congrès de Fribourg Tourisme a pu à nouveau en 2019 fournir des prestations appréciées des organisateurs d'événements en termes de conseils, récoltes d'offres, propositions de programmes récréatifs, réservations de salles, excursions dans la région, et autres demandes liées au tourisme d'affaires. Ce service qualitatif est entièrement gratuit pour les organisateurs. Les mandats de gestion de contingents hôteliers, unique prestation rémunérée du Service des congrès, ont été moins nombreux en 2019. Depuis quelques années, nous constatons un changement dans les habitudes des voyageurs d'affaires et les plateformes de réservation en ligne se multiplient, augmentant ainsi les canaux de réservations hôtelières. Les nuitées enregistrées par le biais de nos plateformes sont donc plutôt en diminution. Parmi les huit congrès ayant généré des nuitées, relevons le Congrès du Droit de la Construction à l'Université, les Swiss Cyber Security Days, les Journées suisses des Vétérinaires à Forum Fribourg et la Conférence des Villes suisses sur les impôts.

D3.2 STATISTIQUES DU SERVICE DES CONGRÈS

Les statistiques se basent uniquement sur les congrès pour lesquels FTR a fourni une prestation rémunérée.



D3.3 STATISTIQUES MICE

Le Service des congrès de Fribourg Tourisme et Région gère les statistiques qui permettent d'avoir une vision globale de l'activité MICE (tourisme d'affaires) en ville de Fribourg. Huit établissements (Au Parc Hotel, le NH Fribourg, l'Hôtel de la Rose, l'Hôtel Aux Remparts, l'Hôtel Alpha, l'Hôtel Au Sauvage (fermeture en octobre 2019), le Domaine Notre-Dame de la Route et Forum Fribourg) qui sont sondés chaque mois sur l'occupation de leurs salles. Pour des raisons de lisibilité, les résultats ci-dessous reprennent uniquement les valeurs dominantes pour chaque critère. L'ensemble des résultats est disponible auprès de FTR, sur demande.

Par Event, on entend toute manifestation ayant engendré une location de salles ou d'infrastructure (congrès, séminaires, réunions, séances d'examen, projections, expositions, conférences de presse, assemblées générales, dîner de gala, concerts, lancements de produits, etc.)



D4. Marketing

D4.1 STRATÉGIE

Fribourg Tourisme définit ses actions de développement sur la base des trois axes suivants :

- a) Le produit touristique
- b) L'expérience de l'hôte
- c) Le marketing

En 2019, nous avons continué à œuvrer sur ces trois différents axes.

D4.2 LE PRODUIT TOURISTIQUE

Deux nouveaux produits ont été commercialisés cette année en 2019, et les deux ont connu un grand succès pour cette première année d'exploitation.



Le premier est un «food tour» individuel, nommé Taste my Fribourg. Il a été réservé à 45 reprises et a permis à 187 personnes de découvrir la ville en combinant dégustation de produits locaux dans certains établissements typiques.

Le second est une visite guidée, «Balade contée à la nuit tombée». Les participants sont emmenés par un chevalier et une commère, lanterne en main, pour une promenade d'environ 2h30, où légendes et faits historiques sont racontés.



Lancée en octobre seulement, près de 250 personnes ont déjà profité en 2019 de cette offre nouvelle et originale.

D'autres produits de visites ont connu leur 2^e année de vie en 2019. Le circuit des Remparts tout d'abord, a pu rouvrir après quelques incertitudes. Cet itinéraire fera l'objet d'aménagements pérennes à l'avenir et deviendra un point d'attraction de premier choix pour la région.

Le Petit Train touristique a passé sa 2^e saison avec le nouveau système de billets valables à la journée et d'arrêts sur le parcours (hop on/off). L'attractivité de ce produit a été décuplée, en le positionnant comme transport touristique tout en conservant sa vocation d'attraction de visite.

Evoquons enfin la Fribourg City Card, dont les ventes ont explosé en 2019, passant de 913 à 1747, soit une augmentation de près de 95%!

Si l'attrait des autres produits de Fribourg Tourisme est certain, nous avons néanmoins entrepris le développement de nouvelles expériences pour découvrir la ville. Ainsi, un audio-guide intégrant de la réalité augmentée est en développement durant toute l'année 2019, et sera lancé en grande pompe en 2020. D'autres produits s'inscrivant dans la période du Fribourg en 1606, clin d'œil à la gravure de Martin Martini, vont voir le jour. Ces démarches s'intègrent dans une stratégie de repositionnement pour la promotion de notre région, intitulée «ADN1606», et qui a reçu le soutien de la Nouvelle Politique Régionale, de la ville de Fribourg et de l'Agglo.



D4.3 L'EXPÉRIENCE DE L'HÔTE

Améliorer l'expérience de l'hôte, cela signifie mettre tout en œuvre pour que le séjour soit aussi agréable que possible. Cela passe notamment par la mise à disposition de l'information touristique.

Cela se faisait jadis pratiquement via le seul bureau d'information de l'office du tourisme. Mais les comportements ont évolué, et les visiteurs d'une ville ou région s'informent par différents canaux. Cela ne remet néanmoins pas l'existence des offices du tourisme en question, mais redéfinit non pas sa mission d'informer, mais sa manière de le faire. Dans cette logique-là, nous avons développé les relais d'informations touristiques. Actuellement ils sont au nombre de deux : un se situe à Forum Fribourg, dans le hall d'entrée et le second dans le quartier



D4.4 LE MARKETING

D4.4.1 TOURISME DE LOISIRS

du Bourg, dans le commerce des Marchands Merciers. Nous avons d'ailleurs formalisé une collaboration avec cette structure pour y déléguer l'accueil dans ce quartier.

De plus, nous avons mis en place des patrouilleurs qui vont à la rencontre des visiteurs. Ce sont les Anges à touristes, qui pour la 3^e année consécutive ont arpenté les pavés pour accomplir leur mission. Ils ont œuvré durant 63 jours et généré 1342 contacts. L'information pour ceux qui ne passent ni à l'office, ni dans les relais d'informations touristiques, est diffusée soit par nos éditions (guide annuel) disponibles dans les hôtels notamment, soit par les panneaux de signalétiques, nos fameux totems.

Enfin, bien entendu, nous avons accentué nos efforts sur les supports digitaux. Outre l'info disponible sur écran tactile dans les relais, notre site et surtout sa version mobile font l'objet d'une attention toute particulière, principalement dans son référencement et dans son contenu.

Ainsi, en déployant toutes ces mesures, nous élargissons le spectre de diffusion de notre info touristique, à disposition de nos hôtes.

Au chapitre des mesures d'accueil, nous avons également changé les panneaux d'entrées de ville, en privilégiant l'image au texte. Nous attendons toujours de pouvoir changer les panneaux sur les autoroutes, mais cela devra passer par un projet cantonal, imposé par l'OFROU.



Nous avons participé au fond cantonal de marketing coordonné, nous permettant d'être représenté par l'Union fribourgeoise du Tourisme sur les plateformes internationales de Suisse Tourisme, en Allemagne, en France et en Espagne. Un des résultats significatifs de ces présences fut le reportage sur Fribourg, diffusé par TF1 dans le journal de 13h du week-end, offrant des images magnifiques de notre région à plus de 6,5 Mio de téléspectateurs. Cette vidéo a été largement partagée sur les réseaux sociaux, générant une viralité efficace puisque près de 430'000 vues ont été comptabilisées au 31.12.2019.



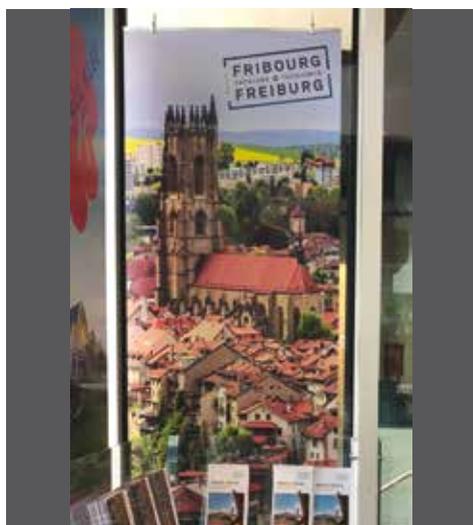
Pour le marché suisse, une campagne suisse commune a pu être mise sur pied avec l'ensemble des OTR du canton. En 2019, Fribourg a réadhéré à l'association des Swiss Cities de Suisse Tourisme, et a pu bénéficier de la campagne mise en place dans ce cadre-là. Autre collaboration avec Suisse Tourisme en 2019, celle avec le marché suisse qui a organisé une campagne destinée à toucher les expatriés étrangers vivant en Suisse.

Toutes les campagnes de l'année avec Suisse Tourisme (marchés France, Allemagne, Espagne, Suisse (expatriés), international Été et international Swiss Cities) alternent mesures classiques (annonces, publiereportages, imprimés, voyages de presse, événements B2B ou B2C) et digitaux (bannières, blog, influenceurs, adwords, médias sociaux,...).



Nous avons amélioré notre présence au Musée Suisse des Transports à Lucerne, sur le stand du Kaeserberg, notamment avec l'installation d'un grand visuel de la ville. Nous avons également profité d'une présence spéciale à l'office du tourisme de Berne, pour profiler la ville comme option d'excursion.

Les contenus de toutes les mesures publicitaires des campagnes étaient essentiellement orientés soit vers une recherche de notoriété de la destination (visuels généraux), soit vers la mise en avant de produits spécifiques ou de partenaires, ponctuellement : en 2019, ce sont les remparts et la Fribourg City card, non exhaustivement, qui ont bénéficié de la plus grande visibilité.



En 2019, Raiffeisen a mis l'accent sur les capitales cantonales dans le cadre des offres spéciales destinées à leurs sociétaires. Nous avons pu profiter largement de ce réseau de diffusion de nos offres.

De nombreuses mesures ont été prises pour la commercialisation de nos offres, faisant appel aux supports dits classiques ou à des canaux digitaux. Les nouveaux produits ont eu la priorité, notamment le Taste my Fribourg. Les cibles étaient aussi variées que les supports : de locales à nationales. Citons en vrac les collaborations suivantes : magazine loisirs.ch, catalogue en ligne Rail Away (visites guidées), écrans géants au festival des Georges et à Equilibre, annonces de programme de match Gottéron, Club en Liberté, Skipr, etc.

D4.4.2 TOURISME D'AFFAIRES

Fribourg Tourisme et Région est membre de l'association Fribourg Meeting, ce qui a eu pour conséquence parmi d'autres, de réorganiser la promotion du MICE des différents acteurs de la région.

Depuis 2015, FTR met son service des congrès à disposition de cette nouvelle association Fribourg Meeting, qui a pour but de promouvoir Fribourg (ville et canton) en tant que destination MICE. En 2019, l'accent a été mis sur l'amélioration de la présence digitale.

D4.4.3 MÉDIAS

Le service médias est géré principalement par l'UFT en étroite collaboration avec Suisse Tourisme et les organisations touristiques régionales. Les marchés concernés par Fribourg sont ceux de la Suisse, de la France et de l'Allemagne. L'excellente collaboration entre l'UFT et ST, nous permet d'accueillir des voyages de presse de l'Espagne. Fribourg Tourisme élabore les programmes pour les journalistes et les influenceurs, met les richesses historiques et les atouts touristiques de la ville en avant, favorise les liens avec ses partenaires locaux et guide la visite pour que le séjour des journalistes reste un souvenir inoubliable.

Fribourg a accueilli en 2019 les voyages de presse suivants :

14-16.01	France - Week-end bons plans TF1
06-09.06	Espagne - media trip groupe
11-13.07	Espagne - El Mundo
13-15.07	Pays-Bas - Reizen met de trein
22-24.08	Chine - Hantang Culture Media (TV)
29-30.08	Suisse - Campagne ST 2020
04-05.09	France - Easyvoyage
11-13.09	France - Grands Reportages
16.09	International - ST food & wine
17.09	France - GEO - campagne France
26-28.09	Italie - Svizzera
02-04.10	International - Media Trip en collaboration avec ST
23-24.10	International - Post Convention du STM Lucerne

Influenceurs 2019:

- Zimy da Kid : vidéo «Escapade en ville»
[30,1k abonnés Insta](#)
- Marion Kaelin, Ben & Léo : vidéos campagne Suisse
[31,1k abonnés Insta](#)
- Bruno Maltor, action avec le Figaro
[251k abonnés Insta](#)
- Cuisine Helvetica, Taste my Fribourg
[6328 abonnés Insta](#)
- Jeanette Ruh, Swiss Cities de ST - Food tour
[6,3k abonnés Insta](#)

D4.4.4 WEB ET SUPPORTS NUMÉRIQUES

La reprise du trafic sur notre site n'est pas encore en hausse, nous surfons toujours dans le creux de la vague et sommes certains que les signes positifs d'un travail constant de référencement seront visibles dès l'année prochaine. N'oublions pas que les référencement ont complètement été perdus lors du changement structurel de notre site il y a 3 ans déjà. Des améliorations du site, suite à la version V2 installée en 2018, sont toujours en cours pour simplifier la recherche des données.

2019 a été une année basée sur l'amélioration du SEO. Nous avons dans un premier temps ciblé nos pages phares et les avons par la suite retravaillées dans le but d'obtenir une référence optimale via les systèmes de recherche comme google. Le référencement dépend principalement du facteur temps et son évolution ne pourra être visible que dans des délais ultérieurs. Nous comptons toutefois sur une amélioration notoire de nos sessions d'ici quelques mois.

Notre présence digitale évolue toujours favorablement. Les publications sur les réseaux sociaux restent constantes et misent sur un large choix d'images de qualité pour la plus grande satisfaction de nos abonnés. Notre communauté est en augmentation, elle évolue en douceur et atteint des retours très satisfaisants. Le passage d'influenceurs dans notre ville aide également à agrémenter nos comptes, à augmenter notre visibilité et à agrandir notre communauté.

Fribourg Tourisme gère également d'autres sites que www.fribourgtourisme.ch. Ce sont www.fribourg-citycard.ch et www.st-nicolas.ch. Nous disposons, de plus, d'un shop en ligne, accessible depuis notre homepage.

AUDIENCE - NOMBRE DE SESSIONS ANNUELLES



NBR. DE SESSIONS
ANNUELLES



283'524
2017

283'747
2018

265'363
2019

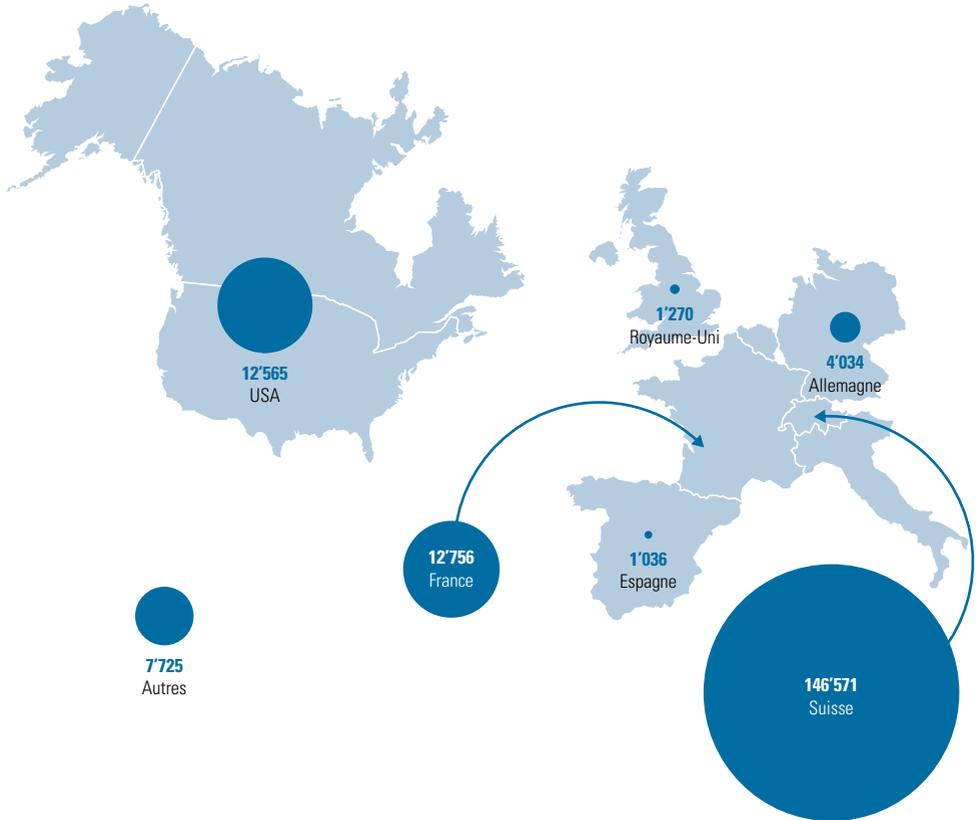
AUDIENCE - COMPORTEMENT ET ENGAGEMENT	2017	2018	2019
Nombre de visiteurs	203'382	201'212	185'957
Nombre de nouveaux visiteurs	201'302	196'184	183'803
Durée moyenne d'une visite	1min47	1min47	1min18
Nombre moyen de pages vues par session	2.26	2.27	2.39
Taux de rebond (%)	62.76	65.02	65.69

Pour activer les vues et les sessions sur notre site internet, nous envoyons depuis quelques années une newsletter. Chaque article est rédigé en français et en allemand, il est doté d'un lien sur notre site internet qui fournit tous les détails. Par le passé, nous avions l'habitude d'éditer deux newsletters par an, soit une pour la période de l'été et l'autre pour la saison hivernale. En 2019, pas moins de quatre newsletters ont été envoyées pour couvrir les saisons de l'année. Une belle réussite qui a, bien entendu, généré du trafic sur notre site. Le but premier des ces envois est bien entendu d'informer nos abonnés des nouveautés, des activités à faire durant les différentes périodes de l'année et de maintenir ainsi un lien avec nos auditeurs.

NEWSLETTER	ÉTÉ 2018	HIVER 2018
Nombre de newsletter reçues	1277	1263
Nombre de newsletters ouvertes	1187	1214
% d'ouverture	92.95%	96.12%
Total de Clics	191	200
% des clics par ouverture	16.09%	16.47%

PRINTEMPS 2019	ÉTÉ 2019	AUTOMNE 2019	HIVER 2019
1238	1220	1214	1197
1275	1061	940	975
102.98%	86.96%	77.42%	81.45%
177	173	179	192
13.88%	16.30%	19.04%	19.69%

AUDIENCE - PROVENANCES



ACQUISITION - SOURCES



75.91%	ORGANIC SEARCH
16.11%	DIRECT
4.32%	REFERRAL
1.73%	PAID SEARCH
1.50%	SOCIAL
0.20%	E-MAIL
0.21%	DISPLAY
0.03%	AUTRES

SOCIAL MEDIAS - FANS, ABONNÉS, FOLLOWERS	2017	2018	2019
Facebook	2313	2708	3780
Instagram	1084	1550	2481
Twitter	1882	1987	2046
LinkedIn	398	509	686

D5. Service de billetterie

Les chiffres du service de la billetterie restent stables avec à nouveau plus de 16'000 contacts.



TÉLÉPHONES
DESK



10'376
5'644

D5.1 RÉSULTATS



RODRIGUE
TICKET CORNER
STARTICKET
PETZI
KULTURTICKET



Nbr.
billets vendus
68'426

65'823
895
1'505
191
12



CA
génééré
1'863'314.65

1'737'722.10
60'850.05
58'101.50
6181.00
460.00



Commissions
16'149.55

LES VENTES DE BILLETS POUR LES SPECTACLES SUIVANTS

Théâtre de la Cité	La création des super-héros par le Duplex
Theater in Freiburg	Formular : CH par Trait d'Union
Société des Concerts	Roxane et Cyrano, c'est la classe ! Par la Cie Si j'aurais su j'aurais pas venu
Nouvel Opéra Fribourg	La croisière abuse par la Cie du Ranc'Art
Bilboquet	Mozart, Schubert, Mendelssohn par le Chœur Arsis
Lanterne Magique/ Zauberlaterne	Viel Lärm um nichts par le DFTG
Open Air Cinéma	C'est si bon pour le Café Bourvil
Fête de la Danse	Concert de Noël par le Festival du Lied
La Nuit des Musées	Messe Son of God par le Chœur St-Michel
Au bord du monde par la Cie Le Guignol à roulettes	Songs par le Chœur mixte de Treyvaux
Requiem de Mozart par le Chœur du Collège Ste-Croix	Kaléidoscope par l'école Monique Van der Roer
Qui c'est qui porte la culotte ? par le Corminois	Spectacle de danse par le Conservatoire de Fribourg
La perruche et le poulet par le Théâtre du Petit Marly	A qui le tour ? par Acro'Dance
Des Co-nect par l'Ecole de danse La Planche	Fauré + Beethoven et Mendelssohn par l'Accroche-Choeur

Théâtre des Marionnettes	Ein deutsches Requiem par le CUJM
Théâtre Crapouille	Requiem et symphonie des psaumes par le CCUF
Kellerpoche	Requiem de Mozart par l'Ensemble Orlando
Le Strap'	Gala du Festival Esquisse d'Orient
Mon pays et Chorège+Musiques de nos jours par le Chœur symphonique de Fribourg	60 ^{ème} anniversaire du Chœur mixte St-Jacques
Y'a pas de fumée sans feu par Karine C	Les Concerts de l'Avent de Villars-sur-Glâne
Championnat suisse de claquettes	Concert de Gala par la Landwehr
Concerts de la Semaine Sainte	A tribute to Bernstein & Gershwin par la Concordia
Brahms, Mendelssohn, Pärt par le Chœur Arsis	

D5.2 MANIFESTATIONS IMPORTANTES 2019

Dates	Manifestations	Collaboration FTR
Du 29 décembre au 13 janvier	Opéra de Fribourg « Die Zauberflöte »	■
Du 2 au 5 mars	51e Carnaval de Fribourg	■
23 février	Le Kopek	
Du 15 mars au 23 mars	33e Festival International de Films de Fribourg	■
Du 23 au 24 mars	44e Oldtimer & Teilmart	
Du 26 mars au 26 avril	Exposition de poussins	
Du 18 avril au 19 avril	Les Concerts de la Semaine Sainte	■
27 avril	Stadl Nacht Fribourg	■
Du 2 au 5 mai	Fête de la danse	■
Du 10 au 11 mai	Festival Les Jean	
18 mai	Juvenalia : Festival de l'enfance et de la jeunesse	
19 mai	La Tzampata	
Du 24 au 26 mai	4ème convention de tatouage	
25 mai	La Nuit des Musées	■
15 juin	Les 12 heures de l'Auge	
20 juin	Procession de la Fête Dieu	
21 juin	La fête de la Musique	
23 juin	BerGiBike	
Du 27 juin au 6 juillet	36e Belluard Bollwerk International	■
Du 8 juillet au 4 août	Passeport vacances	■
Du 15 juillet au 20 juillet	Les Georges Festival	■
Du 18 juillet au 20 août	Open Air Cinéma de Fribourg	■

1 ^{er} août	Fête nationale	
Du 18 août au 25 août	45 ^{ème} édition des Rencontres de Folklore Internationales	■
31 août	Festival des Brasseries Artisanales de Fribourg	
14 septembre	La Bénichon (fête populaire et traditionnelle)	
Du 14 septembre au 15 septembre	Journées européennes du Patrimoine	
Du 14 septembre au 13 octobre	Parcours d'Hubert Audriaz	
21 Septembre	Marché Bio	
Du 25 septembre au 29 septembre	22 ^e Festival International d'Orgues de Fribourg	■
6 octobre	Course commémorative de Morat-Fribourg	
Du 19 octobre au 20 octobre	Retro-Technica Suisse	
Du 19 octobre au 26 octobre	Friscènes, Festival International de Théâtre de Fribourg	■
Du 8 novembre au 10 novembre	Salon du Mieux-Vivre	■
Du 1 ^{er} décembre au 22 décembre	43 ^e Concerts de l'Avent de Villars-sur-Glâne	■
Du 6 décembre au 8 décembre	Fête de la Saint-Nicolas (fête populaire, cortège et marché)	■
7 décembre	Les rendez-vous musicaux de la St-Nicolas	
Du 9 décembre au 25 décembres	Festival de soupes	
Du 21 décembre au 5 janvier	Le chemin enchanté vers l'Épiphanie	■

BILAN AU 31 DECEMBRE	2019	2018
	CHF	CHF
A C T I F		
Actif circulant		
Trésorerie	877 543,15	899 016,15
Créances résultant de ventes et de prestations	172 659,20	132 496,00
envers des tiers	98 532,60	73 906,90
envers des tiers billetterie	74 126,60	58 589,10
Autres créances à court terme	0,00	0,00
Actifs de régularisation	28 581,90	23 525,45
Total de l'Actif circulant	1 078 784,25	855 037,60
Actif immobilisé		
Immobilisations corporelles	19 600,00	44 500,00
machine	0,00	100,00
mobilier	17 400,00	24 600,00
ordinateur	0,00	5 900,00
matériel	2 200,00	3 600,00
publication	0,00	10 300,00
Total de l'Actif immobilisé	19 600,00	44 500,00
TOTAL DE L'ACTIF	1 098 384,25	899 537,60

BILAN AU 31 DECEMBRE	2019	2018
	CHF	CHF
P A S S I F		
Capitaux étrangers à court terme		
Dettes résultant d'achat de biens et de prestations de service	833 166,45	624 526,45
envers des tiers	35 288,10	8 928,70
envers des tiers pour la billetterie	797 878,35	615 597,75
Provisions diverses (2.21)	221 000,00	248 000,00
Passifs de régularisation	29 136,25	15 091,75
Total des capitaux étrangers à court terme	1 083 302,70	885 620,20
Capitaux propres		
Capital social	13 917,40	4 151,90
Résultat de l'exercice	1 164,15	9 765,50
Total des capitaux propres	15 081,55	13 917,40
TOTAL DU PASSIF	1 098 384,25	899 537,60

FRIBOURG TOURISME
ET REGION
Pl. J.-G. Ingouly 1
Case postale 1120
CH-1701 FRIBOURG

Compte de résultat - Fribourg Tourisme et Région

Produits	Comptes 2019	Comptes 2018
Contributions publiques / subventions (2.22)	710 930,00	620 994,00
Cotisations (2.23)	60 063,00	58 526,00
Taxes de séjours et émoluments	464 530,70	439 872,20
Résultat des activités de Fribourg Tourisme (2.24)	173 161,50	165 367,05
Ventes de publications	9 187,40	8 232,05
Autres produits	50 138,25	44 435,65
TVA sur le CA	-17 184,00	-16 717,20
Total des produits	1 450 826,85	1 340 510,65

Charges	Comptes 2019	Comptes 2018
Publicité et promotion (2.25)	394 084,95	239 346,85
Charges de personnel	791 337,90	783 558,80
Frais de formation de personnel	3 486,65	5 631,15
Autres charges d'exploitation	260 222,85	260 758,50
<i>Charges locatives</i>	111 921,60	110 703,00
Nettoyage, entretien et réparations	1 706,15	3 828,95
Assurances	2 767,90	2 672,30
Matériel de bureau et frais administratifs	46 486,60	56 811,70
Frais de téléphone, poste et internet	27 253,20	33 545,80
Honoraires éducatif et juridique	4 161,15	4 000,00
Location de machine et appareil	6 815,20	7 338,15
Informatique	53 149,95	33 627,35
Frais de représentation et déplacements	5 662,35	7 622,05
Charges diverses	298,75	409,20
Amortissements	24 900,00	40 800,00
Total des charges	1 474 032,55	1 330 095,30
Résultat d'exploitation avant intérêts	-23 205,70	10 415,35
Produits financiers		0,45
Charges financières	-630,15	-650,30
Variation des provisions (2.21)	25 000,00	
Résultat de l'exercice	1 164,15	9 765,50


**FRIBOURG TOURISME
ET REGION**
 Pl. Jean-Friguel, 1
 Case postale 1120
 CH - 1701 FRIBOURG

Annexes au comptes annuels de l'exercice 2019 de Fribourg Tourisme et Région

1. Principes d'évaluation appliqués dans les comptes annuels

1.1 Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services

Les créances résultant de la vente de biens et de prestations de services et les autres créances à court terme sont comptabilisées à leur valeur nominale, sous déduction de corrections de valeur individuelles économiquement nécessaires.

1.2 Actif immobilisé

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût d'acquisition ou leur coût de revient, déduction faite des amortissements économiques nécessaires.

2. Informations, structure détaillée et commentaires sur les comptes annuels

2.1 Déclaration sur la moyenne annuelle des emplois à plein temps

Le comité confirme que les valeurs mentionnées à l'article 69b CC ne sont pas atteinte pour un contrôle ordinaire.

2.2 Commentaires concernant certains postes du bilan et du compte de résultat

2.2.1 Provisions diverses

au 31.12. En CHF	2019	Variation de l'exercice	2018
Provision informatique	62 000	-25 000	87 000
Fonds de prestations pour les hôtes	32 000	0	32 000
Fonds de réserve	6 000	0	6 000
Fonds pour manifestations touristiques	10 000	0	10 000
Promotions	81 000	0	81 000
Point info Bourg	30 000	0	30 000
Total des provisions diverses	221 000	-25 000	246 000

2.2.2 Contributions publiques

En CHF	Comptes 2019	Comptes 2018
Agglomération de Fribourg	590 000	590 000
Commune d'Hauterive	4 984	5 008
Commune de Grolley	5 757	5 835
Commune de Pierrafortscha	780	770
Commune de Treyvaux	2 938	2 898
Commune de Ferpicloz	271	283
Union Fribourgeoise du tourisme	16 200	16 200
Soutien financier ADN 1606	90 000	0
PromFR / NPR 80 000		
Ville de Fribourg 10 000		
Total des subventions	710 930	620 994

FRIBOURG TOURISME
ET RÉGION
P.O. Jean-Tinguely 1
Case Postale 1120
CH - 1701 FRIBOURG

2.23 Cotisations

	Comptes 2019	Comptes 2018
<i>En CHF</i>		
Hôtels	12 668	12 196
Restaurants	17 800	17 375
Entreprises	24 580	23 650
Membres individuels, organisateurs et b&b	5 015	5 305
Total des cotisations	60 063	58 526

2.24 Résultat des activités de Fribourg Tourisme et Région

<i>En CHF</i>	Comptes 2019			Comptes 2018		
	Produit	Charge	Résultat	Produit	Charge	Résultat
Activités						
Tour de ville	88 299,30	69 784,95	18 534,35	81 393,55	59 630,90	21 762,65
Cathédrale	63 690,10	15 923,00	47 767,10	60 283,50	13 376,35	46 907,15
I-guide	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
City card	21 711,35	18 817,70	2 893,65	13 073,45	11 840,50	1 232,95
Activités FTR						
<i>Golf urbain</i>	15 435,00	2 394,25	13 040,75	17 902,00	1 489,70	16 412,30
<i>Chasse aux trésors</i>	6 482,00	3 661,85	2 820,15	6 120,00	5 029,90	1 090,10
<i>Autres activités</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Forfaits	38 444,85	32 583,00	5 861,85	27 683,70	22 632,60	5 031,10
booking.com	195,65	0,00	195,65	168,75	0,00	166,75
Village de l'Avent	600,00	0,00	600,00	2 448,00	1 120,30	1 327,70
Commissions						
Congrès	10 970,20		10 970,20	22 124,30		22 124,30
Billetterie	16 149,55		16 149,55	14 764,95		14 764,95
Fondation Equilibre-Nuthonie	43 195,60		43 195,60	43 195,60		43 195,60
Petit train	121 054,50	108 023,25	13 031,25	127 266,40	113 674,25	13 592,15
Diverses ventes	17 459,20	19 338,00	-1 878,80	15 194,25	17 434,00	-2 239,75
Résultat des activités	443 687,30	270 505,80	173 181,50	431 596,45	246 228,50	185 367,95

2.25 Publicité et promotions

	Comptes 2019	Comptes 2018
<i>En CHF</i>		
Annonces	0	3 613,95
Achat de publications	9 964,90	12 284,45
Cotisations	3 856,10	3 356,10
Promotions loisirs	232 839,10	191 570,85
Projet ADN1806	118 601,75	0
Promotions business	0	0
Sentiers pédestres	918,10	726,50
Participation au fonds de marketing cant. coordonné	27 905	27 795
Total publicité & promotion	394 084,95	239 346,85

FRIBOURG TOURISME
ET RÉGION
Pl. Jean-Jingel 1
Case postale 1120
CH-1701 FRIBOURG

FR Ste du Beaumont 20 CH-1700 Fribourg tél. +41 26 425 44 95
GE Rue du Général-Dufour 22 CH-1204 Genève tél. +41 22 719 01 01
ZH Schmalzengasse 4 CH-8001 Zurich tél. +41 44 520 41 21

www.fiduservice.ch

FIDUSERVICE  SA

A l'attention de l'Assemblée générale des
Membres de l'association
FRIBOURG TOURISME ET REGION
1700 Fribourg

Fribourg, le 9 mars 2020

RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION POUR L'EXERCICE 2019

Messieurs,

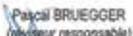
En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de profits et pertes et annexe) de Fribourg Tourisme et Région à Fribourg pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2019. Les indications de l'exercice précédent mentionnées dans les comptes annuels ont été vérifiées par un autre organe de révision.

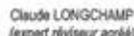
La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au comité alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des audits, 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 audits 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'éléments nous permettant de conclure que les comptes annuels ainsi que la proposition concernant l'emploi du résultat ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

FIDUSERVICE SA


Pascal BRUEGGER
(réviseur responsable)
(expert réviseur agréé)
(ASR no. 105820)


Claude LONGCHAMP
(expert réviseur agréé)
(ASR no. 104497)

Annexe : Comptes annuels

F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

Comité	Membres
Présidente	Madeleine Genoud-Page*
Vice-Président	Markus Baumer*
AGGLO	Suzanne Schwegler Rose-Marie Probst Félicien Frossard
Banques et services	Laurent Wicky
Détaillants	Sven Dietrich
Gastro Fribourg	Baptiste Esseiva
Hôteliers	Raymond Surchat
Milieux culturels	Nicolas Zapf
Economie	David Krienbühl
Université	Monique Bersier*
Ville de Fribourg	Laurent Dietrich
Direction	Cédric Clément*

* Membres du Bureau de Direction

G. PERSONNEL DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

G1. COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION (ÉTAT 01.03.2020)

Prénom / Nom	Fonction
Cédric Clément	Directeur
Eva Winters	Web & marketing
Elise Quagliariello (-Morard)	Service des congrès & marketing
Emilie Dafflon	Service accueil et information
Samira Kilchör	Service accueil et information
Sandra Sturny	Service accueil et information
Laura Etter	Service accueil et information
Marlyse Rauber	Service accueil et information
Andrea Roschi	Service accueil et information
Amélie Vonlanthen	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Ariane Schmutz	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Emilie Rossier	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Benoît Vallélian	Comptabilité
Adrien Chablais	Apprenti 3 ^{ème} année
Valérie Afangbedji	Apprenti 2 ^{ème} année
Julie Fontaine	Auxiliaire
Marie Corpataux	Auxiliaire
Sarina Spring	Auxiliaire
Arnaud Rolle	Auxiliaire
Lisa Schmidt	Auxiliaire

G2. GUIDES OFFICIEL(LE)S

Urusla Aebischer	D - F
Patrick Betticher	F - D
Maria Muniz	E - I - F
Gérald Caboussat	F - D
Alicia Daguét	E - A - F
Vito de Blasi	I - F
Nathalie Fasel	D
Bruno Fischer	D - F
Margaret Flükiger	A - F
Anne-Marie Forestier	D - F
Caroline Souverain	F - A
Emmanuel Humbert	F
Maria Janke	D - P

Marc Gianora	F - A
Susan Biemann	D - F
Lambert Jaccard	D - F - I
Edith Neuhaus	D
Sonia Menoud	F - A - E
Pierre Savary	F - D
Martine Schütz	F
Catherine Schweizer	F - I
Florence Da Cruz	F - D - A - I - E
Michel Sulger	D - F
Beat Wandeler	D
Dominique Lévy	F - A
Othmar Zumsteg	D

F = français, D = allemand, A = anglais, I = italien, E = espagnol, P = polonais

G3. CONTEUSES ET CONTEURS (VISITE LÉGENDAIRE ET BALADE CONTÉE À LA NUIT TOMBÉE)

Odile Hayoz	F
Bernadette Déjardin	F
Cyrille Cantin	F
Christophe Aebi	D - F
Susanne Trachsel	D

Olivier Fasel	F
Rita Riedo	D
Elisabeth Schwizer	D
Rachel Rumo	F

F = français, D = allemand

H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

ETAT AU 31.12.2019

COMMUNES

Avry, Belfaux, Corminboeuf, Düdingen, Ferpicloz, Fribourg, Givisiez, Granges-Paccot, Grolley, Hauterive, Marly, Matran, Pierrafortscha, Treyvaux, Villars-sur-Glâne

HÔTELS

FRIBOURG : Au Parc, NH Fribourg, Au Sauvage, de la Rose, Aux Remparts, Alpha, du Faucon, Hine Adon; AVRÏ-DEVANT-PONT : Restoroute Motel de la Gruyère, GUIN : des Alpes ; GIVISIEZ : L'Hacienda ; GRANGES-PACCOT : Aux 4 Vents, Ibis Fribourg, Ibis Budget; MARLY : du Grand-Pré ; MATRAN : du Tilleul ; NEYRUZ : La Chaumière ; PONT-LA-VILLE : Golf Resort la Gruyère ; POSIEUX : La Croix-Blanche ; TAFERS: Taverna; VILLARS-SUR-GLÂNE : Auberge du Guintzet, Notre-Dame de la Route.

MUSÉES

Accross the screen, BCU, Bible et Orient, Espace Jean Tinguely & Niki de Saint Phalle, Fri-Art, Jardin botanique de l'Université, Les chemins de fer du Kaeserberg, Musée Cardinal, Musée d'Art et d'Histoire, Musée de la marionnette, Musée d'histoire naturelle Fribourg, Musée Gutenberg, Musée singinois, Musée Suisse de la Machine à Coudre

RESTAURANTS, BARS

Lapart, Le Soussol, Blues Club Bonny B., Café le Belvédère, Fribowling, Intrigo Pagadona SA, Le Bûcher Espace créations, Banshees'Lodge Sàrl, TM Café SA & Talkwine, Le Mouton Noir, Auberge aux 4 Vents, Landgasthof Garmiswil, Auberge du Tilleul, Boulangerie Saudan, Brasserie du Commerce, Brasserie le Beausite, Brasserie le Boulevard 39, Brasserie L'Épée, Buvette des Bains de la Motta, Buvette du Petit Train, Café culturel de l'Ancienne Gare, Café de la Fonderie Ben & Leo, Café des Arcades, Café du Marché, Café le Gothard, Café le Tunnel, Café-Restaurant La Pinte, Café-Restaurant de l'Ange, Café-Restaurant le Midi, Café-Restaurant Les Trentenaires, Café-théâtre de la Marionnette, Casino Barrière Le Dzodzet, Gasthof

Zum Ochsen, Gasthof Zum Schlüssel, Gastro Bar Le Cintra, L'Unique Tartare, Pause-Café SA Xpresso Café, Pinte des Trois Canards, Restaurant 14 / NH Hotel, Restaurant Alphabet, Restaurant-Brasserie La Croix-Blanche, Restaurant Le Centre, Restaurant Le Set, Restaurant Marcello, Punkt-Grenette, Restaurant Schweizerhalle, Restaurant Vapiano, Restaurant Le Jardin, Restaurant Au Sauvage, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Restaurant de la Clef, Restaurant des Alpes, Restaurant Taverna, Restaurant des Trois-Tours, Restaurant du Cygne, Restaurant du Golf La Gruyère SA, Restaurant la Chaumière, Restaurant la Coupole, Restaurant la Terrasse, Restaurant la Tomate, Restaurant Pizzeria Capricciosa, Restaurant Pizzeria San Marco, Restoroute Motel de la Gruyère, Ristorante Bindella, Tea-Room Domino, Arte Panis SA Le Capri, Le Chantilly, Restaurant Luigia, Le Point Commun, Café de la Presse, Crêperie Sucré-Salé, Holy Cow, Le Pérolles, Le Petit Pérolles, Le Belvédère, Le Dépôt, La Cène.

ORGANISATEURS

Academie d'Orgue de Fribourg, Belluol Bollwerk International, Bénichon et Tradition, Carrouels, Festival International de Musiques Sacrées, Fribug, Groupe E Celsius BergiBike, Les Concerts de la Semaine sainte, Les Concerts de l'Avent, Les Georges Festival, Nouvel Opéra - NOF, Orchestre de Chambre Fribourgeois, Compagnie du Carreau, Salon du Mieux-Vivre, La Nuit des Musées, Association du Carnaval des Bolzes.

MEMBRES INDIVIDUELS

Catherine Agustoni, Eduardo Albuquerque, Pierre Baeiswyl, Marie-Jeanne Bardy, Richard Bardy, Michel Bettin, Patrick Betticher, Marie-Thé-rèse Bise, Marc Blaser, Albert Bugnon, Gérald Caboussat, Jérémie Carrel, Claude Chappuis, Roger Christinaz, Francine Clément, Jean-Pierre et Martha Clément, Laure Clément, Jessica Clément, Hugo Corpataux, Jean-Pierre Corpataux, Patrick Cudré-Mauroux, Alicia Daguët, Louis de Bourgknecht, Jean-François de Bourgknecht, Jean-Baptiste de Weck, Isabelle Delèze, Elisabeth et Dino Sante Demola, Patrick Dénervaud, Dr. Guillaume Devaud, Gertrud Dizerens, Philippe Etter, André Fasel, Nathalie Fasel, Agnès Fischer, Marlène Flückiger, Annemarie Forestier, Pascal Gross, Marcel Guhl, Be-

noît Gummy, Rose-Blanche Haag, Ulf Hasselgren, Adrien Hertig, Emmanuel Humbert, Alan Humerose, Lambert Jaccard, Maria Janke, Max Kessler, Roland Kolly, Ivano Kopp, Dominique Lévy, Olga et Arnost Libicky, Alain Maeder, Jean-Jacques Marti, Myriam Meucelin Rohr, Maud Morandi, Monique & Philippe Morard, Maria Muniz, Valentine Murith, Alexis Overney, Janique Pastore, Jacques Peiry, Paul Peiry, Ati Perler, Elisabeth Perroud, Odette Ponzio, Yann Pugin, Emma Remy Klaus, Henri Renevey, Erwin Riedo, Christian Riesen, Pierre-Louis Rod, Pierre Savary, Adrian Schmid-Siegen, Nicolas Schmutz, Walter Schoop, Michelle Schöpfer, Martine Schütz, Catherine Schweizer, Yvonne Stempfel, Line Tena, Beat Wandeler, Fabienne Weber, Harjan Winters, Jean-Pierre Wohlhauser, Tara-nuch et Nicolas Zapf, Albert Zapf, Nicole Zimmermann, Othmar Zumsteg.

ENTREPRISES

ACLB - Association des commerçants de la Rue de Lau-sanne et du quartier du Bourg, Actalis, Aérodrome Ré-gional, AFCAS, AG@P Fribourg Sàrl, Agence de Voyages Indalo Space SA, Allianz Suisse, Alosa SA, Angeloz et As-sociés SA, Antiglio SA, Arena cinémas, Artefact Mana-gement SA, Asphalte Design, Association des commer-çants de Fribourg Centre, Association des intérêts du quartier de l'Auge, Association des producteurs et com-merçants des marchés de Fribourg, Association des quar-tiers du Jura-Torry-Miséricorde, Bâloise Assurance SA, Banque Cantonale de Fribourg, Banque Migros, Banque privée Edmond de Rotschild SA, Banque Valiant SA, Bo-dy & Mind Fitness SA, Boutique Fun, Bulliard Immobilier, Canoë club Fribourg, Cash Hôtel Service SA, Centre le Phénix, Gauch-Cave des Rochers AG, Chambre de com-merce Fribourg CCIF, Chambre fribourgeoise d'agricultu-re, Cité St-Justin, Collaud & Criblet SA, Communauté du Chemin Neuf Convict Salesianum, Contemuse, CA Next Bank (Suisse) SA, CREDIT SUISSE (Suisse) SA, Crémo SA, Delirioom Sàrl, Dehly SA, DFTG, Donc Voilà, Dootix Sàrl, Duplirex Papeterie SA, Escape Marly, Ewatra publi-cité, Expo Centre SA Forum Fribourg, Fara, Favorol Papaux SA, Favre Fiducie, Fédération fribourgeoise des entre-preneurs, Fiduconsult SA, Fiduservice SA, Fleur de cacao Sàrl, Fondation Château de la Grande Riedera, Freibur-ger Nachrichten AG, Fribourg-Natation, Fri-Mousse, Fris-cape SA, G-A-B SA, Garage Berset Sàrl, Georges Bise SA, Ameublements, Gétaz-Miauton SA, Grand Magasin Ma-nor Fribourg, Groupe E Celsius SA, Groupe E SA, Haute école d'ingénierie et d'architecture, Horner Reisen AG, Imprimerie Robert, Institut agricole de l'Etat de Fribourg, Irtag, La Couleur du Vin SA, La Pharmacie Dr. A Marca, La Spirale, La Tabatière, Lateltin & Monnerat architectes

SIA SA, Le Bilboquet, Le Gardien des Elfes, Les Boutiques Angeloz SA, Les Marchands Merciers, L'Esprit du Voyage, L'Observatoire d'Ependes, Manor SA Bâle, Mauron Robert & Fils, MC Management & Conseil Sàrl, Media f SA, Mi-carna SA, Moncor Automobiles SA, Mövenpick Schweiz SA, MTL SA, NBA Fiduciaire SA, Orchestre de Chambre Fribourgeois, Piment Graphic Design, Polytype SA, Pompes funèbres Paul Murith SA, Postfinance SA, Paper-forms, Pole Movement Dance Studio, Quartz Rose, Régie de Fribourg SA, Régie immobilière Weck Aeby & Cie SA, Regis SA société fiduciaire, Sarina Cuisines SA, Savencia Fromage & Dairy Suisse SA, Schwaller & Gasser clés et serrures, Sensia AG / Canisius, Siestaoppi Kanushop, So-ciété coopérative Migros Neuchâtel-Fribourg, Société des remontées mécaniques de la Berra, Société suisse des employés de commerce, Sofraver SA, Take Off Produc-tions, Taxi Neyruz, Technoservice Engineering SA, Tele-com Services SA, The Room - Escape Game, Tupperware Products SA, UBS Switzerland AG, Une-bonne-idée.ch Sàrl, Union patronale du Canton de Fribourg, Universi-té de Fribourg, Université de Fribourg, Service formation continue, Urbanspa, Vidinoti SA, Villars Maître Chocola-tier, Vollichard & Cie, Winterthur Assurances, Xcape.

MEMBRES B&B

Aux 4 Eléments (Lucien et Dominique Haller Sobritz), Béa-trice et Toni Ackermann, Elsbeth und Beat Aeberhard, Béatrice et Max Andrey, Table d'hôtes La Ferme du Biol-ley (Brigitte et Michel Bapst), Eric Berset, Liliane et Jean-Luc Bertschy, Vincent Bourgnon, Françoise Canepa et Serge Aubry, Château de la Grande Riedera, Couvent des Cordeliers, Claire-Do Clément, Josiane et Michel Brique, Antonio Cascione, Thérèse Chappuis, Christine Chassot, Rose Chervet, Héléne Chofflon, Béatrice, Cudry, Anne-Ca-therine Devaud, Pierre Flüeler, bnB Fort Saint-Jacques (Nicole Gamba), Jacques Gagnaux, Isabelle Gehring, A. Thérèse Girard, bnB Le Havre (Claude Rosset), Marcia et Niklaus Hürlimann, Aline et Christian Kolly, Christa Larsen, Ivana Mrazek, La Noisetière (Laurent Chatagny), Les Nuits Blanches (Anne & Sté-phan Leuba), Maison d'Amman (Elisabeth Ory), Tamara et Beat Renz, Marianne Rolle, Romy Von Rohr, Valérie & Stanislas Rueck, Annelies et Ernst Ulthrich, Jacques Volery, Annemarie und Werner Vonlanthen, Barbara Widmer, Golf Country Club Wallen-ried (Mario Rottaris), Marlène Thévoz Morel.

SERVICE ACCUEIL & INFORMATION

Nous organisons volontiers vos tours de ville,
vos balades en petit train
ou votre visite de la cathédrale.
N'hésitez pas à venir vous informer
auprès de notre équipe
qui vous fournira un conseil personnalisé.

info@fribourgtourisme.ch

SERVICE SPECTACLES & MANIFESTATIONS

Fribourg Tourisme et sa billetterie vous offrent
un service professionnel pour toutes vos réservations
de spectacles et concerts à Fribourg
et dans le reste de la Suisse avec Ticketcorner,
Starticket, Kulturticket et Petzi !
Pour les organisateurs,
nous nous chargeons de votre billetterie.

spectacles@fribourgtourisme.ch

SERVICE DES CONGRÈS

Le Service des Congrès de Fribourg Tourisme
vous soutient dans l'organisation de votre événement,
en offrant diverses prestations telles que
la réservation de salles et de contingents hôteliers
ou la mise sur pied de vos programmes récréatifs.

congress@fribourgtourisme.ch

FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

Place Jean-Tinguely 1
Case postale 1120
1701 Fribourg
T. +41 (0)26 350 11 11
info@fribourgtourisme.ch
www.fribourgtourisme.ch



-  facebook.com/fribourgtourisme
-  twitter.com/FTR1700
-  instagram.com/fribourgtourisme

