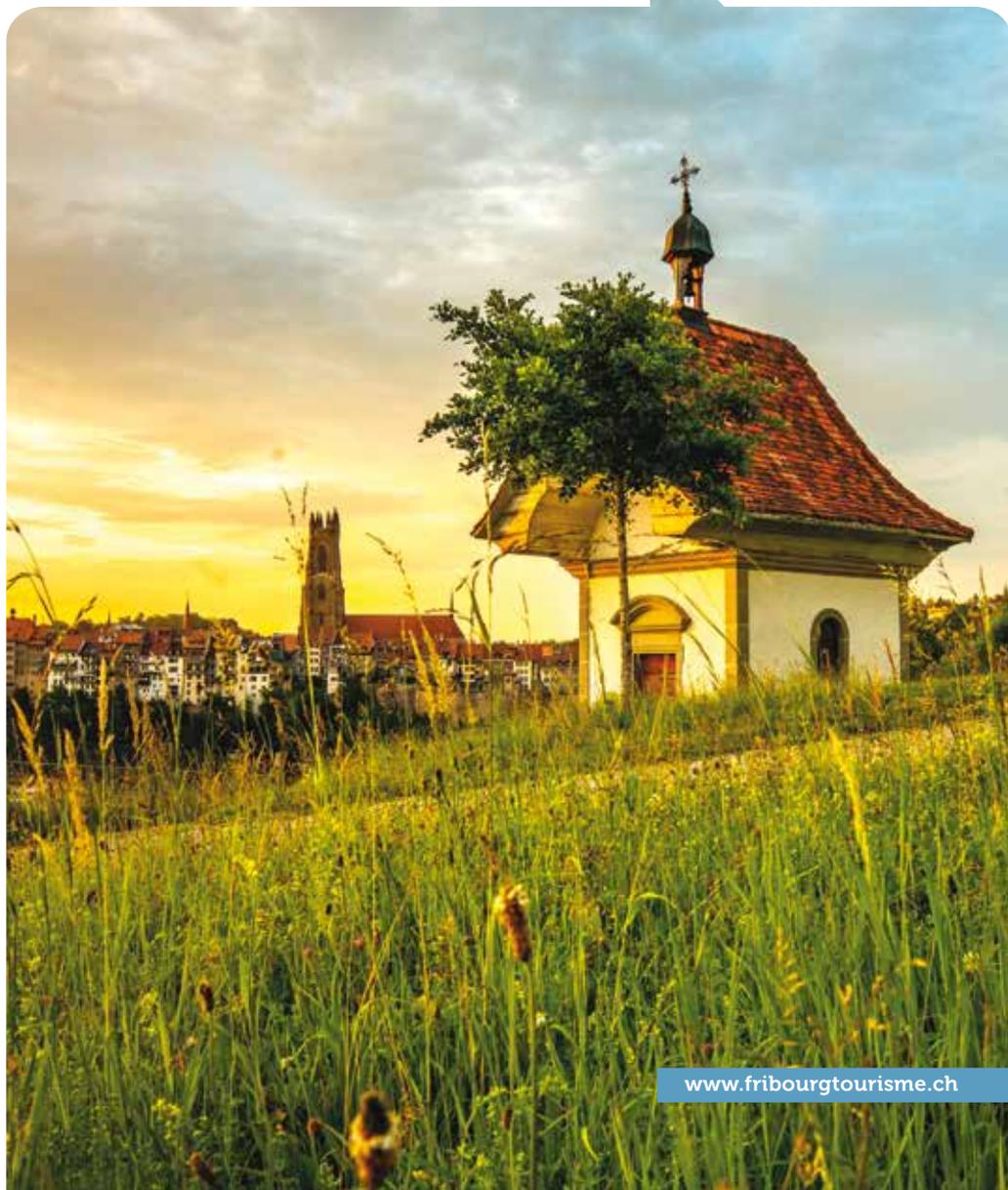




FRIBOURG | FREIBURG

RAPPORT DE GESTION 2020
GESCHÄFTSBERICHT 2020



A. EDITO / LEITWORT	2-3
B. DAS TOURISMUSJAHR 2020 / L'ANNÉE TOURISTIQUE 2020	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	11-16
D2.1 Visites guidées.....	11-12
D2.2 Minizug.....	13
D2.3 Montée à la tour de la cathédrale St-Nicolas.....	13
D2.4 Stadtgolf.....	13
D2.5 Chasse aux trésors.....	14
D2.6 Pauschalangebote.....	14
D2.7 Taste my Fribourg.....	14
D2.8 Fribourg City Card.....	15
D2.9 Frÿburg 1606.....	16
D3. Service des congrès	16
D3.1 Situation générale.....	16
D3.2 Statistiques du service des congrès.....	16
D4. Marketing	17-22
D4.1 Stratégie.....	17
D4.2 Le produit touristique.....	17
D4.3 L'expérience de l'hôte.....	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	22-23
D5.1 Résultats.....	23-23
D5.2 Manifestations importantes 2020.....	23
E. COMPTES 2020 - RÉVISION	24-28
F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	29
G. PERSONNEL DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	30-31
G1. Collaboratrices et collaborateurs de Fribourg Tourisme et Région	30
G2. Guides officiel(le)s	31
G3. Conteuses et conteurs (visites légendaires)	31
H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	32-33



Madeleine Genoud-Page

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

Chers membres de Fribourg Tourisme et Région,

Pour le Tourisme l'année 2020 ne restera pas dans les annales comme classique mais comme une «année horribilis».

Relevons plutôt ses côtés positifs pour garder le moral et aller de l'avant vers un avenir meilleur.

Au début de l'été, FTR a proposé aux hôtes et aux habitants un produit innovant dans le cadre du projet ADN 1606. Cette nouveauté, sélectionnée sur 60 dossiers par le Prix suisse de l'innovation dans le Tourisme, a été nommée parmi les 6 finalistes. Nous en sommes très fiers. Dommage que le Jury ne l'ait pas retenu pour le 1er prix. Devait suivre l'ouverture de l'Espace 1606 au Werkhof mais le Covid-19 en a voulu autrement... Nous espérons pouvoir inaugurer la maquette de la Ville de Fribourg et son multimédia au printemps 2021 mais encore une fois avec toutes les réserves nécessaires.

Malgré la situation sanitaire délicate, le Comité s'est réuni quatre fois, avec toute la rigueur nécessaire. Il a accueilli deux nouveaux membres dès le mois de mars et traité différents projets Fit'ng 2021. Je remercie chaque membre du comité pour le temps consacré à FTR dans ces conditions difficiles et stressantes.

L'Assemblée Générale a été annulée et faite par voie de circulation en avril. Le procès-verbal est disponible sur le site de FTR.

A la mi-année, un bilan sur la situation Covid-19 a été élaboré. On a constaté un ralentissement important de toutes les activités... mais l'ouverture des Remparts a été une bonne nouvelle. La situation de l'hôtellerie en zone urbaine est délicate et malgré une éclaircie pendant l'été, l'avenir du secteur reste sombre. Celui des cafés et restaurants n'est guère meilleur surtout quand les aides promises tardent à venir.

Au mois de septembre, nous avons travaillé à une réévaluation du budget 2020 en tenant compte de l'estimation des pertes imputables au Covid, principalement dans les taxes de séjour qui constituent plus d'un tiers de notre budget normal. Dans ce contexte la préparation du budget 2021 s'est avéré assez complexe et incertaine; il a été accepté par le comité en novembre.

Pour les collaboratrices et collaborateurs nous avons eu recours au télétravail et aux RHT. Avec un aménagement sanitaire adéquat et des horaires réduits, nos guichets ont pu continuer à accueillir nos hôtes. Comme pour tous nos membres, l'important est de pouvoir tenir sur le long terme. La solidarité entre tous les acteurs est importante et nous souhaitons aussi leur transmettre un merci collectif. Ma reconnaissance va aussi à notre directeur et son équipe qui l'accompagne pour leur engagement sans faille et leur flexibilité.

Il me reste encore à vous remercier vous tous pour votre soutien et votre collaboration afin d'avancer dans une dynamique qu'il nous faut résolument positive. Le rayonnement de notre Région et sa capitale dépend d'un partenariat public, touristique et économique indispensable et efficace.

Liebe Mitglieder von Freiburg Tourismus und Region

Das Jahr 2020 wird sicherlich nicht als klassisches Tourismusjahr in die Geschichte eingehen. Ganz im Gegenteil, eher als besonders folgenschweres Jahr.

Nichtsdestotrotz versuchen wir die positiven Seiten hervorzuheben und schauen einer besseren Zukunft entgegen.

Zu Beginn des Sommers bot FTR den Gästen und Bewohnern im Rahmen des Projekts DNA 1606 ein innovatives Produkt an. Diese Neuheit wurde aus 60 Einsendungen für den Schweizer Innovationspreis im Tourismus (Milestone) ausgewählt und zu einem der 6 Finalisten ernannt. Darauf sind wir sehr stolz. Schade, hat es nicht für den 1. Preis gereicht. Anschliessend wollten wir eigentlich das «Espace 1606» im Werkhof eröffnen. Wegen der Pandemie war dies leider nicht möglich. Wir hoffen nun, dass wir das Modell der Stadt Freiburg mit seiner Multimedia-Show im Frühling einweihen können, natürlich unter Vorbehalt... wie so manches in der aktuellen Zeit.

Trotz der schwierigen organisatorischen Situation hat sich das Komitee von FTR vier Mal getroffen, natürlich unter Einhaltung der verschiedenen Schutzmassnahmen. Seit März haben wir zwei neue Vorstandsmitglieder und haben verschiedene Fit'ng 2021 Projekte behandelt. Ich bedanke mich bei allen Vorstandsmitgliedern für die wertvolle Zeit, welche sie FTR gewidmet haben, trotz der schwierigen und stressigen Umstände.

Die Generalversammlung im April wurde abgesagt und schriftlich durchgeführt. Das Protokoll und der Geschäftsbericht sind auf der Internetseite von FTR veröffentlicht.

Mitte des Jahres wurde eine Zwischenbilanz zur Covid-19 Situation erstellt. Wir konnten eine allgemeine Verlang-

samung und einen deutlichen Rückgang der Nachfragen aller Aktivitäten feststellen. Die Eröffnung der Stadtmauern im Juni war ein willkommener Lichtblick. Die Situation der Hotellerie in den städtischen Gebieten ist schwierig und trotz eines leichten Anstiegs im Sommer bleibt die Zukunft des Sektors düster. Die Zukunft der Restaurants sieht nicht viel besser aus, vor allem wenn die versprochene Hilfe nur langsam kommt.

Im September haben wir das Budget 2020 unter Berücksichtigung der geschätzten Verluste aufgrund der Covid-19-Pandemie überarbeitet. Einen grösseren Verlust gibt es bei den Kurtaxen zu verzeichnen, welche normalerweise mehr als ein Drittel unseres Budgets ausmachen. In diesem Zusammenhang erwies sich die Erstellung des Budgets 2021 als recht komplex und unsicher; trotzdem wurde es im November vom Komitee angenommen.

Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir Kurzarbeit beantragt und es wurde ebenfalls im Home-Office gearbeitet. Mit angepassten Schutzmassnahmen und reduzierten Arbeitszeiten konnten unsere Schalter weiterhin Gäste empfangen. Wie für alle unsere Mitglieder ist es wichtig, langfristig durchzuhalten. Die Solidarität untereinander ist wichtig und wir möchten Ihnen dafür ein Dankeschön aussprechen. Mein Dank geht ebenfalls an unseren Direktor und an sein Team für ihren unermüdlischen Einsatz und ihre Flexibilität.

Zum Schluss möchte ich mich bei Ihnen allen für Ihre Unterstützung und Zusammenarbeit bedanken. Bleiben wir dynamisch, entschlossen und positiv. Der Einfluss unserer Region und ihrer Hauptstadt hängt von einer unverzichtbaren öffentlichen, touristischen und wirtschaftlichen Partnerschaft ab.



Cédric Clément

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

Eine Bilanz aus einem so skurrilen Jahr wie das 2020 zu ziehen, ist eine gewagte Aufgabe. Der legitime Standpunkt ist klar die Pandemie, welche die Gesellschaft, Wirtschaft und die Tourismusbranche besonders hart getroffen hat. Folglich hat die persönliche Einstellung einen direkten Einfluss auf die Wahrnehmung der Tatsachen: Sehen wir das Glas als halb voll oder halb leer? Ob es uns gefällt oder nicht, das Jahr 2020 hat existiert und uns an unsere Grenzen gebracht. Trotzdem war nicht alles nur negativ.

Wir konnten weiterhin unsere Aufgaben in den Bereichen Empfang, Werbung und Produktentwicklung wahrnehmen. Ein bedeutendes Ereignis dieses Jahres war für uns die Einführung unseres Visioguides «Frÿburg 1606». Dieser Visioguide umrahmt den Stadtbesuch auf eine spielerische und didaktische Art. Mit Augmented Reality Inhalten bietet er eine immersive, neuzeitliche Erfahrung und führt unsere Gäste durch das Freiburg im Jahr 1606, nach dem Kupferstich von Martin Martini. Diese Neuheit wurde für den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» nominiert und aus fast 60 Bewerbern in der Kategorie Innovation zu einem der sechs Finalisten ernannt. Eine grosse Anerkennung für unseren Verein und für alle Freiburger Akteure, die am Projekt beteiligt waren.

Diese Neuheit ist Teil des Projekts «DNA 1606», das von der Neuen Regionalpolitik unterstützt wird. Im Frühjahr 2019 begann die Umsetzung dieser Strategie mit dem Ziel, Freiburg als mittelalterliche Stadt neu zu positionieren. Das Projekt wird im Jahr 2021 abgeschlossen. Pandemie hin oder her, wir arbeiten weiterhin an der Realisierung, und das mit Erfolg.

Darüber hinaus wurde der «City Guide» überarbeitet und erscheint in einem neuen Format. Die neue Version mit ihrem reichhaltigen und ästhetisch gestalteten Inhalt scheint den lokalen Partnern und den Besuchern unserer Region zu gefallen.

Im Jahr 2020 sind die Besucherzahlen zurückgegangen. Vor allem bei den ausländischen Touristen verzeichnen wir einen grossen Rückgang. Zu Beginn des Sommers konnten wir neue Angebote kreieren, um uns an die neuen Gegebenheiten anzupassen. Eine Aperó-Box sowie ein Pauschalangebot mit Murten und Gruyère: mit diesen Produkten haben wir Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bewiesen, in Zeiten, in denen es jede Woche neue Einschränkungen gab.

Somit hat Freiburg Tourismus auch diese Zeit mit Fassung und Respekt überstanden und erfüllt seine Missionen weiterhin mit viel Leidenschaft. Behalten wir die positiven Aspekte der Krise in Erinnerung, um die schwierigen Zeiten für unsere Branche gestärkt anzugehen.

Tirer le bilan d'une année aussi fantasque que 2020 est un exercice périlleux. En effet, le point de vue légitime est évidemment centralisé sur la pandémie qui a sévi et qui a généré son lot de conséquences concrètes, sur la société et l'économie, touchant de plein fouet l'industrie touristique.

Dès lors, ce point de vue influe directement la lecture des faits objectifs : la fameuse perception du verre à moitié-plein ou à moitié-vide. Qu'on le veuille ou non, l'année 2020 a existé, telle qu'elle a existé, mais tout n'a pas été covidien, loin s'en faut. Ainsi avons-nous continué à mener à bien nos missions d'accueil, de promotion et de développement de produits. Si nous devons extraire un fait marquant pour notre association, le visioguide «Frÿburg 1606» hériterait objectivement de la palme. Ce nouveau mode de visite, ludique et didactique, agrémenté de réalité augmentée et offrant une expérience immersive dans le Fribourg de Martin Martini, a été nommé parmi les 6 finalistes sur près de 70 candidatures au «Milestone», le prix du tourisme suisse à l'innovation. Une belle reconnaissance pour notre association et pour tous les acteurs fribourgeois qui ont participé à sa création.

Cette nouveauté s'inscrit dans le projet global «ADN 1606», soutenu par la Nouvelle Politique Régionale. Débuté au printemps 2019, le déploiement de cette nouvelle stratégie de repositionnement autour de l'identité médiévale de Fribourg prendra fin en 2021. Covid ou pas covid, nous œuvrons à sa réalisation, et avec un certain succès.

Parmi les nouveautés de l'année, la refonte de notre «city guide», qui quitte son traditionnel format de poche. La nouvelle mouture, au contenu riche et esthétiquement thématisé, semble avoir plu aux partenaires locaux et aux visiteurs de notre région.

L'année 2020 a existé, covid ou pas covid. Toutes les fréquentations ont diminué, les touristes étrangers ne sont pratiquement pas venus. Tout a été différent, certes, mais tout a été, tout de même. Nous avons su rebondir au début de l'été, et réinventer de nouvelles offres aux réalités naissantes. Une Apéro Box, un forfait en commun avec Morat et la Gruyère : tant de preuves de notre souplesse, de notre flexibilité et de notre capacité à réagir en des temps où chaque semaine peut amener de nouvelles contraintes.

Ainsi, l'année 2020 a existé. Covid ou pas covid. Fribourg Tourisme l'a traversée sereinement, avec respect, en remplissant ses missions avec un élémentaire amour du métier. Souvenons-nous tous des aspects positifs de la crise, du verre à moitié plein, ne serait-ce que pour s'armer de courage à l'aube de jours compliqués pour notre branche.

C. NUITÉES ET MUSÉES

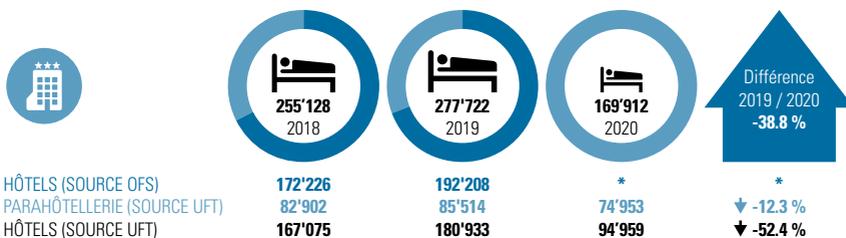


© Hotel Taverna

Alors que 2019 fut une année record en termes de nuitées, la crise sanitaire frappe de plein fouet l'hôtellerie et provoque une chute considérable des réservations hôtelières en 2020. Les décisions des gouvernements nationaux concernant les restrictions de circulation freinent nos

touristes étrangers, et le tourisme d'affaires est à l'arrêt depuis le mois de mars. Le tourisme de loisirs a connu une brève reprise en été, mais les nuitées indigènes n'ont pas compensé sur l'année la perte du tourisme international et l'absence de groupes.

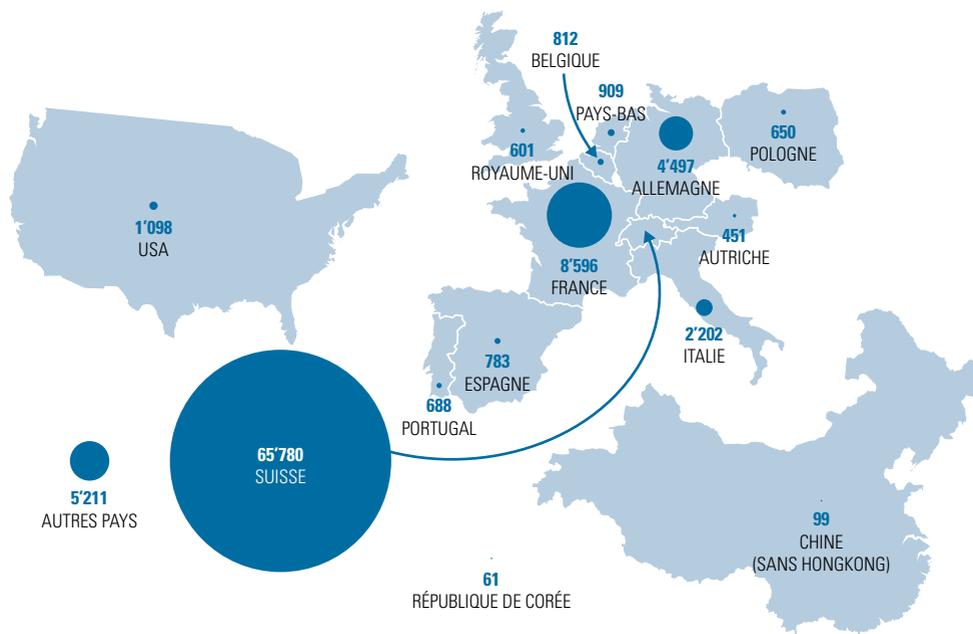
NUITÉES À FRIBOURG ET DANS LES COMMUNES MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION



* Jusqu'en 2019, les données de l'UFT ne contenaient pas les nuitées exemptées de taxe. Dès 2020, le total de l'UFT sera pris en compte pour le calcul du total des nuitées, en lieu et place de celles de l'OFS. De plus, la diminution de 52,4% fait référence au nombre de nuitées 2020 non-exemptée de taxes, qui est de 86'087.

Sans surprise, toutes les fréquences des pays émetteurs sont en baisse en 2020. Elle est particulièrement marquée pour les destinations lointaines. Les pays voisins sont ceux qui affichent un recul plus modéré, certes tout relatif : France (-46%), Allemagne (-69%), Italie (-71%). L'Espagne, marché habituellement très représenté dans nos régions, affiche une baisse de -86%. La Chine quand à elle est proche du 100% de diminution puisqu'il n'y a eu que 99 nuitées en 2020. Le marché suisse affiche une diminution de -31%, essentiellement liée au tourisme d'affaires de l'automne, entre autre. La baisse de la parahôtellerie est plus modérée que dans l'hôtellerie : au final, la diminution des nuitées est de -38.8%.

NUITÉES HÔTELIÈRES PAR PROVENANCE (SOURCE : OFS)



ENTRÉES ENREGISTRÉES DANS LES MUSÉES DE LA VILLE ET ENVIRONS	2018	2019	2020
Musée d'art et d'histoire	15'750	14'954	6'673
Espace Jean Tinguely-Niki de Saint Phalle	20'470	19'916	10'829
Musée d'histoire naturelle	65'006	65'349	24'767
Musée suisse de la marionnette	3'032	3'103	1'324
Musée suisse de la machine à coudre	*	*	*
Musée suisse de la bière (Cardinal)	1'050	980	100
Fri-Art	3'800	4'000	3'073
Bible et Orient	1'261	1'604	561
Chemin fer du Kaeserberg	14'929	16'028	8'942
Gutenberg	20'746	18'290	6'201
Across the screen	2'100	4'000	(fermé)
smem (Swiss Museum & Center for Electronic Music Instruments)	*	3'000	560
Musée du Vélo de Fribourg	-	-	153
TOTAUX	146'856	151'224	63'183

* Pas de statistiques précises

Les entrées de la Nuit des Musées sont comptabilisées dans ces totaux. Le Jardin Botanique a accueilli en 2020 145'488 visiteurs.



© Pierre Cuony

D1. Service accueil et information

D1.1 SITUATION GÉNÉRALE

Les chiffres à la baisse reflètent malheureusement sans surprise la difficulté de notre secteur à surmonter la crise sanitaire survenue en mars 2020 : l'ensemble des activités touristiques connaît une baisse d'environ 50% voire même plus pour certaines d'entre-elles.

Toutes nos activités ont tout de même pu être proposées à nos visiteurs, majoritairement suisses, dès la fin du se-

mi-confinement en juin. L'été a également connu le retour de nos activités telles que les visites guidées individuelles et de nouveaux produits, tels que le visioguide ou l'apéro-box, ont fait leur apparition.

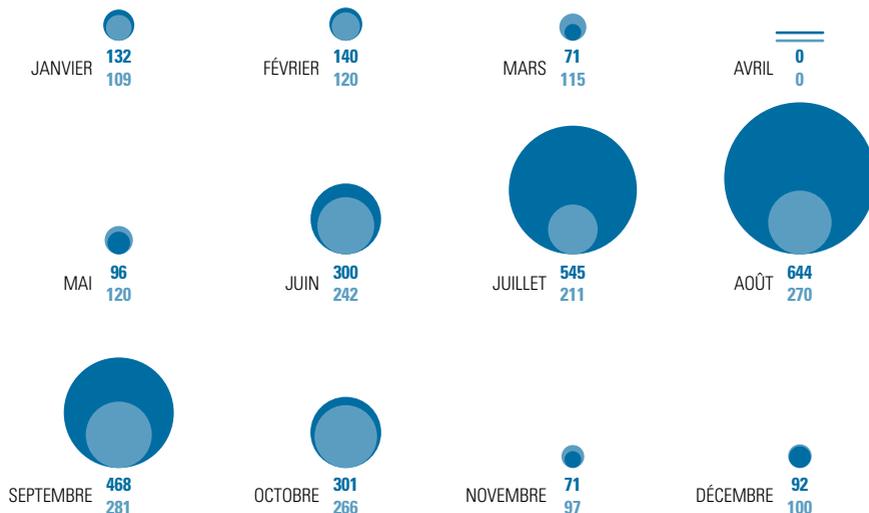
Le touriste excursionniste, presque exclusivement présent cette année, a beaucoup apprécié les activités individuelles telles que le golf urbain, la chasse aux trésors ou encore la balade sur les remparts. Cependant, à notre grand regret, les nombreuses annulations des sorties de groupe ont fait chuter le nombre de visites guidées et les réservations du petit train touristique.

D1.2 STATISTIQUES DU DÉPARTEMENT

Alors que l'année 2019 enregistrerait des records de fréquentation avec plus de 13'000 personnes aux guichets et 3'000 téléphones, le Covid-19 n'a pas épargné notre Office du Tourisme en 2020. En effet, 5'900 personnes se sont présentées à nos guichets et le département Accueil & Information a répondu à environ 2'000 téléphones. Cela représente une diminution de -45% par rapport à 2019. Relevons la fermeture complète de notre office durant le mois d'avril, ainsi que la diminution des horaires d'ouverture en mars et mai, puis à nouveau en fin d'année lors de la deuxième vague. Si la première partie d'année fut compliquée, nous constatons avec réjouissance une reprise d'entre-deux vagues, avec un excellent mois de septembre (+3%).

CONTACTS DU SERVICE ACCUEIL / INFORMATION

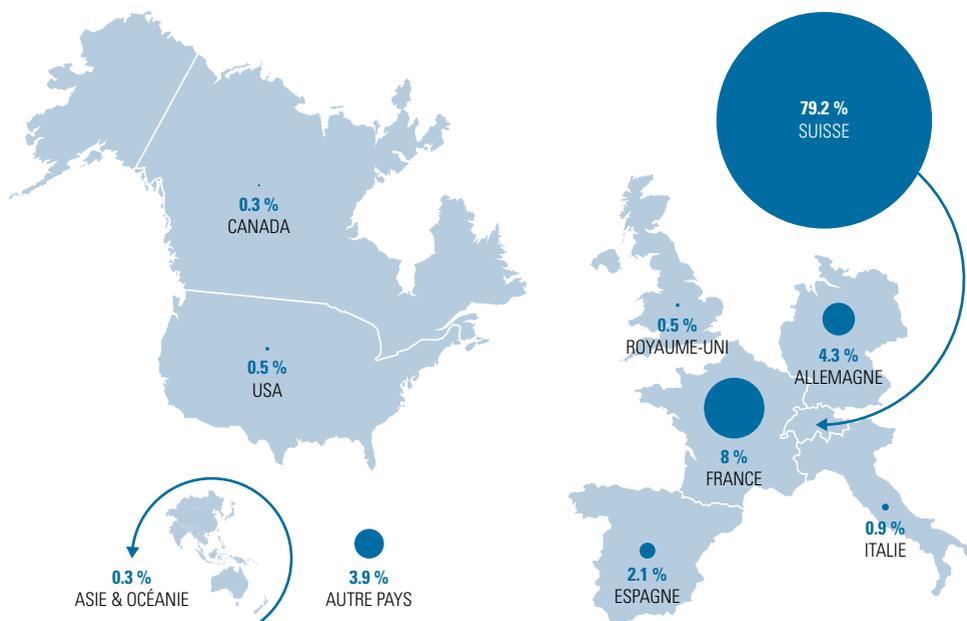
DESK 2860
TÉLÉPHONE 1931



NOMBRE DE VISITEURS AU GUICHET
~5'915 VISITEURS

Sans surprise, les restrictions de déplacement imposées par les gouvernements ont fortement impacté la diversité des provenances de nos visiteurs. Mis à part nos pays voisins, ce sont principalement les Suisses qui ont fréquenté notre Office du Tourisme. Le canton de Fribourg reste en tête, viennent ensuite les cantons de Zürich (12,3%), Berne (8%), Vaud (7,9%) et Genève (6,1%).

PROVENANCE PAR PAYS



D2. Produits de Fribourg Tourisme et Région

D2.1 VISITES GUIDÉES

Bei den Stadtführungen verzeichnen wir in diesem Jahr einen klaren Rückgang bei den Buchungen. Die Anzahl Personen, welche an einer Führung teilgenommen haben, ging um 4'600 Personen zurück. Durch die Pandemie mussten zahlreiche Reservationen annulliert werden.

NOMBRE TOTAL DE VISITES GUIDÉES



NOMBRE TOTAL
DE VISITES GUIDÉES



449
2018

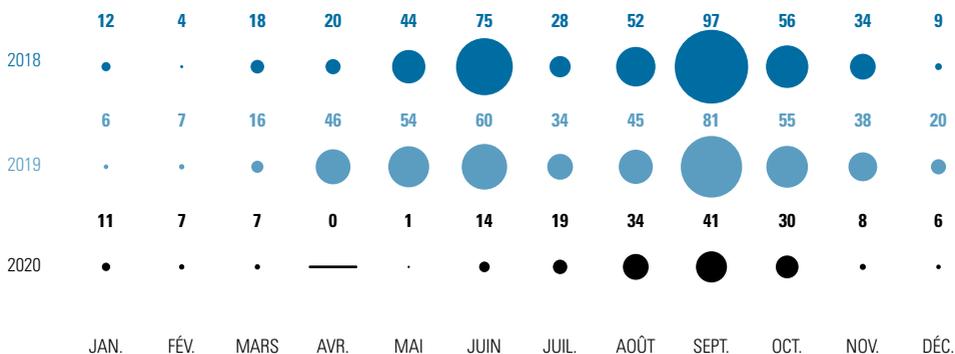


462
2019



178
2020

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR MOIS



NOMBRE DE VISITES GUIDÉES	2018	2019	2020
Visites classiques	231	210	100
Visites légendaires	28	21	10
Visites de la cathédrale	48	56	15
Visites du Pont de la Poya	1	4	1
Visites «Au fil de la Sarine»	7	6	3
Visites «A la claire fontaine»	7	3	0
Visites «Aux portes des églises»	1	2	2
Visites culinaires	5	6	0
Visites «Kids-Tour»	6	2	0
Visites «Saint-Exupéry»	3	4	1
Visites «Tinguely 2016»	0	0	1
Visites des remparts ouest Visites des remparts est	112	76 59	14 14
Balade contée à la nuit tombée	-	13	16
Histoire et Terroir	-	-	1

NOMBRE DE PARTICIPANTS



NOMBRE DE PARTICIPANTS

5'708
2018

6'772
2019

2'172
2020

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR LANGUE	2018	2019	2020
Français	172	210	60
Allemand	213	195	97
Bilingue	38	28	14
Anglais	19	20	6
Italien	2	6	0
Espagnol	5	3	1

D2.2 MINIZUG

Nach zwei positiven Jahren hat der Minizug ein schwieriges Jahr hinter sich und verzeichnet einen grossen Rückgang. Im Jahr 2020 konnten wir ca. 50% weniger Fahrgäste auf dem Minizug begrüßen.

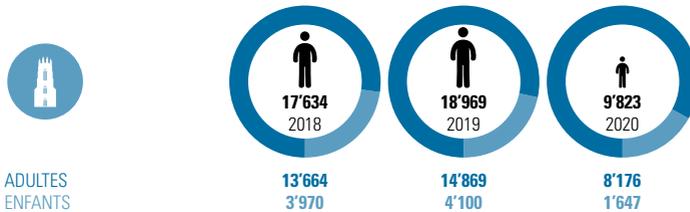
NOMBRE DE VOYAGEURS



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

La Cathédrale Saint-Nicolas a inauguré cette saison son nouveau tourniquet automatique pour accéder au sommet de la tour. Malheureusement, cette nouveauté a également été entachée par le covid-19 en perdant plus de la moitié de ses visiteurs.

NOMBRE DE VISITEURS



D2.4 STADTGOLF

Das Stadtgolf konnte auch in dieser schwierigen Zeit das ganze Jahr durch angeboten werden. Trotz des Rückgangs bei den Spielern, wurde diese Outdoor-Aktivität geschätzt.

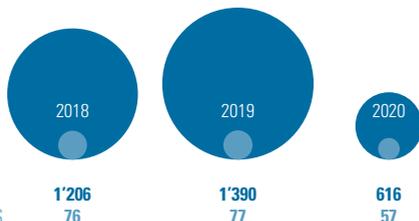
NOMBRE DE JOUEURS



D2.5 CHASSE AUX TRÉSORS

Malgré la situation, la chasse aux trésors compte tout de même 56 groupes cette année. Il y a cependant une forte diminution du nombre de personnes car il s'agit de plus petits groupes que les années précédentes.

NOMBRE DE PARTICIPANTS



NBR. DE PARTICIPANTS
NBR. DE CHASSES AUX TRÉSORS

D2.6 PAUSCHALANGEBOTE

Obwohl ursprünglich mehr Pauschalen als im Vorjahr reserviert wurden, verzeichnen wir aufgrund der vielen Annullationen in diesem Jahr einen starken Rückgang der tatsächlich verkauften Pauschalangeboten.

NOMBRE DE FORFAITS ET NUITÉES	FORFAITS 2019		FORFAITS 2020	
	FORFAITS 2019	NUITÉES 2019	FORFAITS 2020	NUITÉES 2020
Forfait City Break	28	48	10	15
Rock'n sleep (Fri-Son)	20	20	11	11
Détente au coeur de la ville (Urban Spa)	3	3	4	5
Taste my Fribourg	1	1	6	7
Forfaits pour groupes Dzodzet, Bolze, Zaehringen	4	-	2	0
Bienvenue en terres (in)connues	-	-	5	7
TOTAUX	56	72	38	45

D2.7 TASTE MY FRIBOURG

Unsere Food Tour «Taste my Fribourg» zeigt wahren Erfolg bei unseren Gästen und auch bei der lokalen Bevölkerung. Trotz der schweizweit angeordneten Schliessung des Gastrogewerbes während mehreren Wochen, durften wir im 2020 einen Anstieg der Buchungen erfassen.

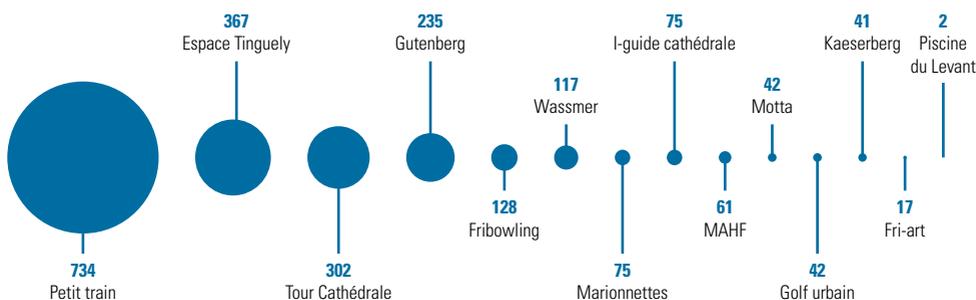
	2019	2020
Nombre de réservations faites en direct à FTR	22	37
Nombre de réservations faites par la plateforme GetyourGuide	23	25
Nombre total de réservations «Taste My Fribourg»	45	62
Nombre de personnes	187	250

D2.8 FRIBOURG CITY CARD

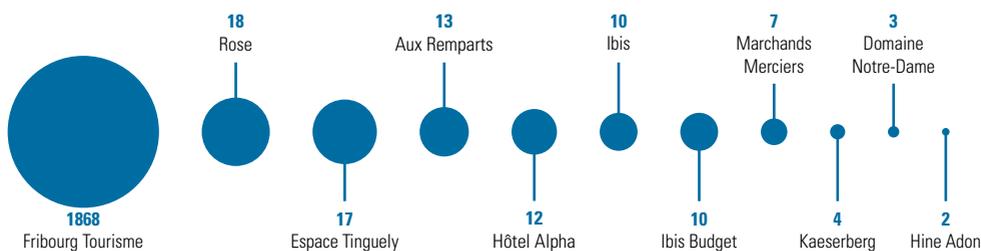
Alors que la plupart des produits touristiques sont en baisse, la Fribourg City Card continue d'enregistrer une hausse et flirte désormais avec la barre des 2000 cartes. Les statistiques du produit se font par saisonnalité, et les chiffres repris ci-dessous couvrent la période du 1er novembre 2019 au 31 octobre 2020. Ces excellents résultats s'expliquent notamment par une importante commande du CO de la Broye que nous avons accueilli pour une journée à Fribourg fin 2019, par le succès continu de l'offre Taste My Fribourg incluant une City Card, par les ventes auprès de nos partenaires ainsi qu'à la reprise d'entre-deux vagues durant laquelle nous avons accueilli de nombreux visiteurs. Notons également les partenariats avec General Media ou Suissepiste, qui ont permis une belle visibilité au produit. Nouveauté 2020: la City Card est désormais disponible à l'achat sur notre site internet grâce à l'intégration de la solution de vente en ligne «Smeetz», ainsi que sur la plateforme internationale «GetYourGuide».

TYPE DE CARTE	ADULTES 2019	ENFANTS 2019	ADULTES 2020	ENFANTS 2020
Carte 1 jour	1'150	374	1'040	809
Carte 2 jours	173	50	102	13
TOTAL DE CARTES DIFFUSÉES	1'747		1'964	

UTILISATION



POINTS DE VENTE



D2.9 FRYBURG 1606

La nouvelle offre de visite immersive a été lancée fin août, entre les deux vagues et le semi-confinement. Les résultats de l'année sont donc très encourageants, compte tenu de la courte période durant laquelle la communication de ce produit a pu être effective.



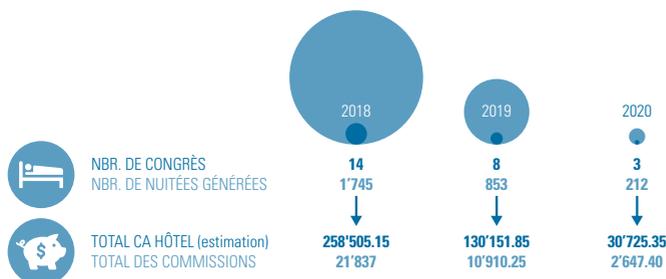
D3. Service des congrès

D3.1 SITUATION GÉNÉRALE

L'année 2020 semblait commencer relativement bien pour les congrès, puisque le service enregistrait déjà 11 événements confirmés, dont les Zaehringer Narrentreffen les 25-26 janvier regroupant les cliques et Guggenmusik des villes Zaehringen. Malheureusement plus aucune demande n'est rentrée, puis les annulations se sont enchaînées depuis fin février, avec l'arrivée de la crise sanitaire. Parmi ces annulations, relevons les congrès suisses de pédiatrie et de radiologie, ainsi que le «10th Prostate MRI Teaching Course - ESUR» qui devait réunir environ 400 radiologues de toute l'Europe. Seuls trois congrès ont pu être maintenus, générant un total de 212 nuitées.

D3.2 STATISTIQUES DU SERVICE DES CONGRÈS

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



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 2020, nous avons continué à œuvrer sur ces trois différents axes.

D4.2 LE PRODUIT TOURISTIQUE

Les travaux initiés en 2019 ont permis d'arriver en pleine année 2020 tumultueuse avec une nouveauté importante : le visiguide Frÿburg 1606. Ce nouveau moyen de visiter la ville, immersif, ludique et didactique, est absolument unique en Suisse. Les premiers retours ont été excellents, par les médias ou les utilisateurs.



Au sortir du premier confinement, nous avons dû réagir rapidement et mettre en place des offres qui devaient répondre à une clientèle locale, régionale et nationale. Ainsi, nous avons mis sur pied une Apéro Box, en lien avec un programme cantonal, et avons créé un forfait conjoint avec nos collègues de Morat et de la Gruyère. Le forfait « Bienvenue en terres (in)connues » devait permettre aux Suisses de (re)découvrir le canton de Fribourg en trois nuitées, réparties sur les trois régions participantes. De plus, nous avons pu compter sur une belle collaboration avec le projet de transport en Tuk-Tuk, initié et géré par REPER : nous pouvions ainsi proposer une visite originale, gratuite et sociale de la ville et de la région.

Parallèlement, nous avons continué à travailler sur les produits en cours de développement, notamment dans le cadre du projet ADN 1606. Ainsi, malgré la période morose pour le tourisme, Fribourg peut régulièrement proposer des nouveautés innovantes et attractives. Au sortir de la crise, nous serons idéalement équipés pour attirer de nombreux visiteurs.

Depuis maintenant 5 ans, nous travaillons au développement de nos produits et au renforcement de l'existant. Nous couvrons tout type de public cible : individuels, familles, enfants, groupes, amateurs d'art, d'histoire, etc. La panoplie de nos prestations est importante, et nous estimons avoir fait le bon choix en optant pour un développement de nos offres.

Voici la liste des produits de Fribourg Tourisme (*= offres d'autres prestataires gérées et/ou commercialisées par Fribourg Tourisme) :

Visites guidées : classiques, des remparts «est», des remparts «ouest», balade contée à la nuit tombée, des églises, des fontaines, des ponts, de la Cathédrale avec/ou orgues avec/ou vitraux, sur le thème de St-Exupéry à Fribourg, Kids tour, visite culinaire au marché, histoire et traditions, sur les pas de Jean Tinguely*.

Forfaits avec nuitées : City break, Rock'n'sleep, Détente au cœur de la ville, Taste my Fribourg, Bienvenue en terres (in)connues.

Forfaits pour groupes sans nuitée : Dzodzet et Bolze.

Activités pour individuels ou petits groupes (FIT) : Frÿburg 1606 (visiguide), Taste my Fribourg (food tour), Golf urbain, chasse aux trésors (versions adulte et enfant), Petit train touristique*, montée à la tour de la Cathédrale*, parcours des crèches, Défi des fontaines.

Divers pour visiteurs de notre ville : Circuit des fortifications*, Fribourg City Card, expo des ponts, apéro box, tour en Tuk-Tuk*, canoë* ou en segway*.

A quoi s'ajouteront en 2021, un City Game médiéval de grande qualité, une visite thématique avec le MAHF et l'ouverture de l'Espace 1606. Et en 2022, ce sera une croisière sur le lac de Schiffenen qui sera proposée par notre service.

Fribourg Tourisme se positionne donc comme un prestataire touristique à part entière, en complément à ses missions d'accueil et d'information touristique.

D.4.3 L'EXPÉRIENCE DE L'HÔTE

Parmi les prestations en faveur des hôtes, 2020 a été initiatrice de deux changements majeurs.

D'abord, nous avons conclu un partenariat formel avec les Marchands Merciers, dans le quartier du Bourg, en leur déléguant l'accueil touristique dans le quartier du Bourg. Ainsi, nous continuons à déployer nos relais d'information touristique, dans le cœur névralgique de l'identité touristique de notre région.



Le second est la refonte complète du city guide, connu depuis près de 20 ans pour être en format long (1/3 de A4). Nous avons fusionné deux brochures jusqu'ici distinctes, en proposant un nouveau city guide annuel A5, qui a dorénavant la double fonction promotionnelle et informative.

Le programme des Anges à touristes a malheureusement dû être annulé en 2020, en raison de l'incertitude financière de l'exercice, et face aux inconnues liées à la réalité touristique durant l'été. Ce manque a été partiellement compensé par l'accueil des Marchands Merciers.

L'accueil reste la mission première de notre Organisation Touristique Régionale, et la qualité de celle-ci est la finalité de notre action quotidienne. Nous avons pu accueillir en tout début d'année de nombreux visiteurs des villes cousines de Fribourg, dans le cadre des « Zaehringer Narrentreffen ». Fribourg Tourisme a été partenaire de la ville dans cette entreprise, qui a laissé d'excellents souvenirs dans la tête des visiteurs alémaniques et allemands de cette édition.



D.4.4 LE MARKETING

D.4.4.1 TOURISME DE LOISIRS

En 2020, toutes les campagnes prévues ont été maintenues, mais en général décalées dans le temps, ou partiellement remodelées.

Campagne «été et internationale»

Il s'agit de la campagne principale et internationale de Suisse Tourisme. Construite autour de « key stories », elle se déploie sur différents supports, digitaux ou non et différents marchés (national et internationaux).

Campagne «Suisse»

Cette campagne est le fruit de la collaboration cantonale entre les différents OTR et l'UFT. Elle a pu être un peu décalée dans le temps en 2020. Le public cible était tout à fait en phase avec la tendance de l'été, où de nombreux Suisses ont visité leur pays.

Campagne «France»

Financée dans le cadre du fonds marketing cantonal, cette campagne digitale et offline, s'est essentiellement faite en collaboration avec de grands médias : Courrier International, magazine Geo, Slate.fr et National Geographic Traveler.

Campagne «Allemagne»

Financée dans le cadre du fonds marketing cantonal, cette campagne a dû être presque totalement interrompue, à la différence des autres. Les campagnes en Allemagne sont moins portées sur le digital, plus sur les médias et les grands événements.

Campagne «automne»

Cette campagne a été 100% digitale, et orientée sur le marché suisse. Objectif : générer du trafic qualitatif sur la landing page prévue à cet effet.



Campagne «villes»

Cette campagne de Suisse Tourisme a été très évolutive en cours d'année, en raison notamment du soudain désamour des Suisses pour les escapades urbaines. Elle a été essentiellement digitale, tout en proposant un magazine.



Campagne «expats»

Campagne en Suisse destinée à toucher les expatriés installés dans le pays, via des médias spécialisés et du contenu « print » et « digital », ainsi qu'un voyage d'une famille d'influenceurs.



Campagne «General Media»

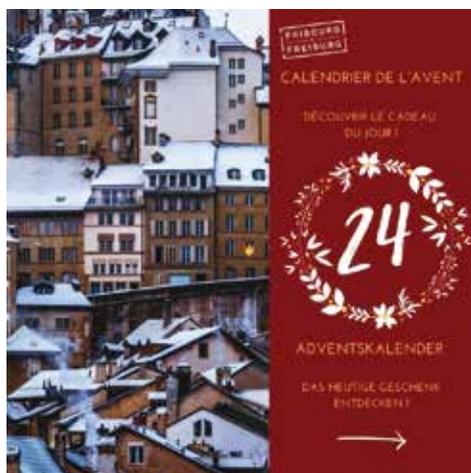
Campagne loisirs destinée essentiellement au marché romand, alternant annonces print (magazine loisirs), présences digitales (loisirs.ch et newsletter) et de la vidéo, en diffusion sponsorisée.



Propres promotions

A côté des différentes campagnes auxquelles nous participons, nous avons également mis en place quelques publicités et promotions pour nos différentes offres. En 2020, ce fut le cas dans le Bus Jahrbuch (cible : voyageur, produit : forfaits pour groupes), sur le réseau local de Passenger TV (cible : régionaux, produit : Fribourg 1606) ou encore dans le catalogue groupe de RailAway (cible : groupes de Suisses, produit : fortifications). Nous avons, enfin, continué à intensifier notre présence digitale sur nos réseaux sociaux et au travers du SEO et SEA.

Afin de soutenir la branche de la gastronomie, durement touchée par la crise, nous avons mis sur pied en décembre un calendrier de l'Avent digital, sur nos réseaux sociaux, et fait gagner un bon de 30.- par jour dans un restaurant membre de notre association. L'engagement a été très satisfaisant.



D4.4.2 TOURISME D'AFFAIRES

La promotion du tourisme d'affaires est déléguée à l'association Fribourg Meeting, dont Fribourg Tourisme est membre. La promotion se fait essentiellement de manière digitale, et via une force de vente engagée sur le terrain zurichois. Toutefois, en raison du contexte très défavorable au MICE, la promotion a été toute relative en 2020.

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 pour la ville de Fribourg restent les mêmes que nous avons l'habitude de travailler, à savoir la Suisse, la France et l'Allemagne. Cette année 2020 aura pris tout le monde de court et l'accueil des voyages de presse n'ont pas pu avoir lieu en raison de la crise sanitaire.

Fribourg Tourisme et Région a organisé en 2020 l'accueil des médias et influenceurs suivants :

11.07	France - TV5 Monde
24-25.07	Asie - Michelle Tchea - gastronomie
24.07	Espagne - El viage de tu vida
27-28.07	Espagne - El Pais
10.08	France-toute la culture
3-4.08	Espagne - La Vanguardia
28-29.08	France - TV5 Monde - Marché du Monde
9-10.09	Allemagne - Rhein- Neckar Zeitung

Influenceurs 2020:

- Olliechin (Oliva Chin)
1'402 abonnés Insta
- The Family of 5
14,4 k abonnés Insta

4.4.4 WEB ET SUPPORTS NUMÉRIQUES

Les efforts entrepris en 2019 sur le référencement de notre site n'ont pas pu se déployer en 2020. Les fréquences ne sont néanmoins pas franchement en baisse, mais d'une physionomie toute différente. En effet, les Suisses ont été nombreux à visiter nos pages, et à chercher des idées de randonnées durant les mois de semi-confinement. La durée moyenne d'une visite a d'ailleurs augmenté. A contrario, les visiteurs étrangers ont été moins présents, ce qui est assez logique.

Les visites organiques sont toujours la source principale de nos visiteurs. L'augmentation de la proportion de visites «directes» peut démontrer un nombre de visiteurs locaux proportionnellement plus important. Notre présence digitale structurée sur FB et IG se reflète dans le nombre d'abonnés à nos pages, mais également dans les sources du trafic. En effet, la part dévolue aux réseaux sociaux a quelque peu augmenté, au détriment du « paid search » (google ads). Ce dernier canal d'acquisition présente cependant le taux de rebond le plus bas, avec 40%. D'un point de vue marketing, la cible a donc été bien ajustée.

Les années à venir mettront l'accent sur une présence digitale systématisée, au travers d'une vie communautaire structurée sur les réseaux sociaux, et la mise en avant de nos atouts via des canaux de promotion digitaux.

AUDIENCE - NOMBRE DE SESSIONS ANNUELLES



NBR. DE SESSIONS
ANNUELLES



283'747
2018

265'363
2019

256'003
2020

AUDIENCE - COMPORTEMENT ET ENGAGEMENT	2018	2019	2020
Nombre de visiteurs	201'212	185'957	183'321
Nombre de nouveaux visiteurs	196'184	183'803	178'566
Durée moyenne d'une visite	1min47	1min18	1min49
Nombre moyen de pages vues par session	2.27	2.39	2.30
Taux de rebond (%)	65.02	65.69	68.11

Pour la deuxième année consécutive, Fribourg Tourisme a maintenu son objectif malgré la pandémie en réalisant ses 4 newsletters saisonnières. Les retours sont positifs en sachant que plus de 90% des newsletters envoyées ont été ouvertes. A l'avenir, des nouvelles techniques nous permettront d'élargir le nombre d'abonnés et ainsi augmenter le nombre de lecteurs. C'est un plus pour activer les vues et les sessions sur notre site internet, et ainsi générer plus de trafic sur le web. Chaque article de la Newsletter se réfère à une page de notre site qui donne tous les détails. Le but premier de 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 les «aficionados» de Fribourg.

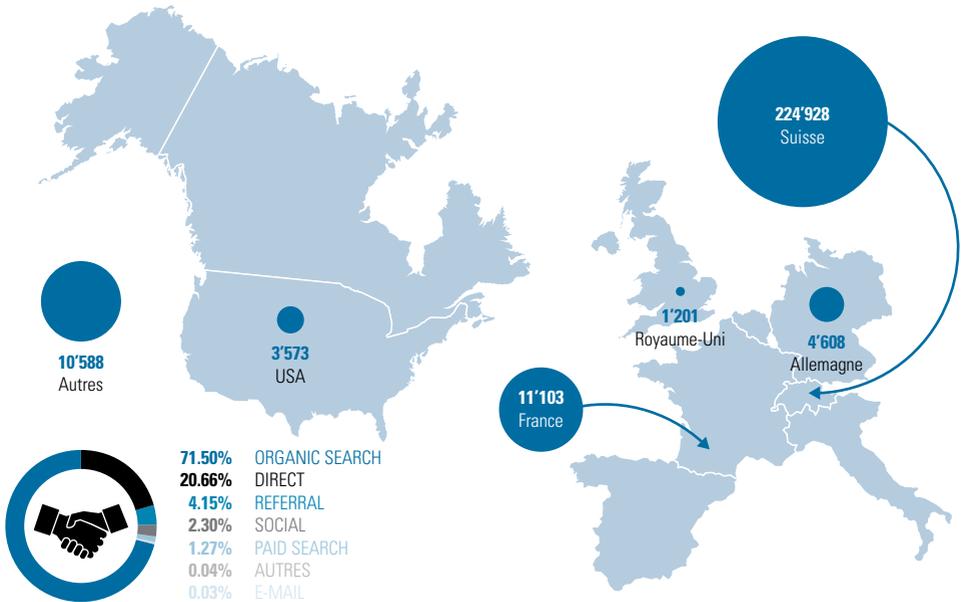
NEWSLETTER	PRINTEMPS 2019	ÉTÉ 2019	AUTOMNE 2019	HIVER 2019	PRINTEMPS 2020	ÉTÉ 2020	AUTOMNE 2020	HIVER 2020
Nbre des newsletters envoyées	1238	1220	1214	1197	1216	1210	1316	1371
Nbre de newsletters ouvertes	1075	1061	940	975	1133	1175	1228	1316
% d'ouverture	84.8%	86.96%	77.42%	81.45%	93%	97%	92.8%	95%
Total de Clics	177	173	179	192	143	143	217	232
% des clics par ouverture	13.88%	16.30%	19.04%	19.69%	12%	14%	18%	17%

Nous proposons au téléchargement sur App Store et Google Play Store, une application appelée «Fribourg Tourisme AR». Celle-ci a plusieurs fonctions :

- Découvrir les contenus en réalité augmentée (r/a) dans notre city guide
- Voir les vidéos des ponts sur l'exposition à ciel ouvert des ponts, sur le pont de Zaehringen
- Découvrir des contenus supplémentaires sur le parcours du Golf urbain
- Obtenir, en achat intégré, le visioguide Fryburg 1606.

APP FRIBOURG TOURISME AR	APP STORE	GOOGLE PLAY STORE	TOTAL
Téléchargement (2020)	622	450	1'077
Achats intégrés (Fryburg 1606)	75	35	110

AUDIENCE - PROVENANCES (SESSIONS)

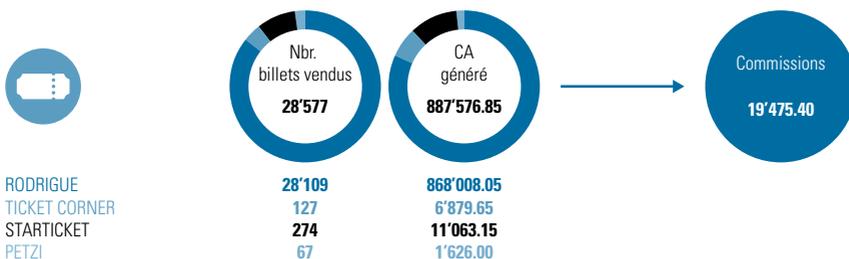


SOCIAL MEDIAS - FANS, ABONNÉS, FOLLOWERS	2018	2019	2020
Facebook	2708	3780	5058
Instagram	1550	2481	3738
Twitter	1987	2046	2108
LinkedIn	509	686	1505

D5. Service de billetterie

La culture ayant été durement touchée par la crise, les statistiques du département ont passablement diminué, avec **8'976** contacts (6'059 téléphones / 2'917 personnes au guichet) contre **16'020** en 2019.

D5.1 RÉSULTATS



LES VENTES DE BILLETS ET LES RÉSERVATIONS POUR LES ORGANISATEURS SUIVANTS

Théâtre de la Cité	Théâtre des Marionnettes
Theater in Freiburg	Théâtre Crapouille
Société des Concerts	Kellerpoche
Nouvel Opéra Fribourg	Le Strap'
Le Bilboquet	Cartes High Five
Lanterne Magique/ Zauberlaterne	Festival d'Orgue
Open Air Cinéma	Les Impromptu.e.s
La Concordia	Choeur St-Michel et OCF : Requiem de Fauré
Highnoon Company : Souris	Choeur mixte L'Echo de la Sarine : souper-concert Voxset
Les Amis du Théâtre de Neyruz : Une grenouille dans le potage	Le Corminois : Le médecin malgré lui
Ensemble vocal Utopie : Mass of the children	Lè Tserdziniolè : Tubes 80
Groupe sauvage : Week-end prolongé	Les Cass'Rôles : Hôtel des deux mondes
Ville de Fribourg : ateliers pour enfants	Hubert Audriaz : ateliers créatifs

D5.2 MANIFESTATIONS IMPORTANTES 2020

Dates	Manifestations	Collaboration FTR
Du 29 décembre au 9 janvier	Opéra de Fribourg « Le Barbier de Séville”	■
Du 22 au 25 février	52 ^e Carnaval de Fribourg	■
Du 1 ^{er} juillet au 26 août	Orgues estivales	
Du 6 juillet au 31 juillet	Les ateliers créatifs d'Hubert Audriaz	■
Du 30 juillet au 1 ^{er} septembre	Open Air Cinéma de Fribourg	■
Du 12 septembre au 13 septembre	Journées européennes du Patrimoine	
19 Septembre	Marché Bio	
Du 24 septembre au 27 septembre	23 ^e Festival International d'Orgue de Fribourg	■
Du 10 octobre au 17 octobre	Friscènes, Festival International de Théâtre de Fribourg	■
Du 10 octobre au 25 octobre	Parcours d'Hubert Audriaz	
Du 24 octobre au 25 octobre	Retro-Technica Suisse	
Du 11 décembre au 10 janvier	Hubert Audriaz illumine le Grabensaal	

BILAN AU 31 DECEMBRE	2020	2019
	CHF	CHF
A C T I F		
Actif circulant		
Trésorerie	490 239.75	877 543.15
Créances résultant de ventes et de prestations	129 052.35	172 659.20
<i>envers des tiers</i>	127 062.00	98 532.60
<i>envers des tiers billetterie</i>	1 990.35	74 126.60
Actifs de régularisation	21 360.65	28 581.90
Total de l'Actif circulant	640 652.75	1 078 784.25
Actif immobilisé		
Immobilisations corporelles	11 000.00	19 600.00
<i>meublier</i>	10 200.00	17 400.00
<i>matériel</i>	800.00	2 200.00
Total de l'Actif immobilisé	11 000.00	19 600.00
TOTAL DE L'ACTIF	651 652.75	1 098 384.25

BILAN AU 31 DECEMBRE	2020	2019
	CHF	CHF
P A S S I F		
Capitaux étrangers à court terme		
Dettes résultant d'achat de biens et de prestations de service	499 141.30	833 166.45
<i>envers des tiers</i>	19 754.20	35 288.10
<i>envers des tiers pour la billetterie</i>	479 387.10	797 878.35
Provisions diverses (2.21)	103 000.00	221 000.00
Passifs de régularisation	33 850.00	29 136.25
Total des capitaux étrangers à court terme	635 991.30	1 083 302.70
Capitaux propres		
Capital social	15 081.55	13 917.40
Résultat de l'exercice	579.90	1 164.15
Total des capitaux propres	15 661.45	15 081.55
TOTAL DU PASSIF	651 652.75	1 098 384.25

Produits	Comptes 2020	Comptes 2019
Contributions publiques / subventions (2.22)	672 007,00	710 930,00
Cotisations (2.23)	58 282,00	60 063,00
Taxes de séjours et émoluments	283 769,30	464 530,70
Résultat des activités de Fribourg Tourisme (2.24)	105 087,30	173 161,50
Ventes de publications	4 718,60	9 187,40
Autres produits	25 375,60	50 138,25
TVA sur le CA	-10 694,60	-17 184,00
Total des produits	1 138 545,20	1 450 826,85

Charges	Comptes 2020	Comptes 2019
Publicité et promotion (2.25)	300 053,85	394 084,95
Charges de personnel	678 925,75	791 337,90
Frais de formation de personnel	6 855,00	3 486,85
Autres charges d'exploitation	261 117,15	260 222,85
<i>Charges locatives</i>	111 589,80	111 921,60
<i>Nettoyage, entretien et réparations</i>	301,55	1 706,15
<i>Assurances</i>	2 767,00	2 767,90
<i>Matériel de bureau et frais administratifs</i>	32 631,75	46 486,60
<i>Frais de téléphone, poste et Internet</i>	30 322,45	27 253,20
<i>Honoraires fiduciaire et juridique</i>	5 589,65	4 161,15
<i>Location de machine et appareil</i>	6 378,05	6 815,20
<i>Informatique</i>	66 477,85	53 149,95
<i>Frais de représentation et déplacements</i>	5 032,10	5 662,35
<i>Charges diverses</i>	26,95	298,75
Amortissements	8 600,00	24 900,00
Total des charges	1 255 551,75	1 474 032,55
Résultat d'exploitation avant intérêts	-117 006,55	-23 205,70
Produits financiers		
Charges financières	-413,55	-630,15
Dissolution de la provision "informatique"	62 000,00	25 000,00
Dissolution de la provision "manifestations"	10 000,00	
Dissolution de la provision "promotions"	81 000,00	
Dissolution de la provision "point info Bourg"	30 000,00	
Prélèvement sur la provision "fonds de prest. hôtes"	31 000,00	
Attribution à la provision "Fonds de réserve"	-96 000,00	
Résultat de l'exercice	579,90	1 164,15

FRIBOURG TOURISME
ET REGION
RUE Jean-François 1
Case postale 1120
CH - 1701 FRIBOURG

Annexes au comptes annuels de l'exercice 2020 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

2.21 Provisions diverses

En CHF, au 31.12	2020	Variation de l'exercice	2019
Provision informatique	0	-62000	62000
Fonds de prestations pour les hôtes	1000	-31000	32000
Fonds de réserve	102000	96000	6000
Fonds pour manifestations touristiques	0	-10000	10000
Promotions	0	-81000	81000
Point Info Bourg	0	-30000	30000
Total des provisions diverses	103000	-118000	221000

2.22 Contributions publiques

En CHF	Comptes 2020	Comptes 2019
Agglomération de Fribourg	590 000	590 000
Commune d'Hauterive	5 058	4 984
Commune de Grolley	5 916	5 757
Commune de Pierrafortscha	805	780
Commune de Treyvaux	2 962	2 938
Commune de Ferpicloz	266	271
Union Fribourgeoise du tourisme	12 000	16 200
Soutien financier ADN 1606	55 000	90 000
PromFR / NPR	30 000	80 000
Ville de Fribourg	15 000	10 000
AGGLO FR	10 000	0
Total des subventions	672 007	710 930

2.23 Cotisations

	Comptes 2020	Comptes 2019
<i>En CHF</i>		
Hôtels	12 752	12 668
Restaurants	18 300	17 800
Entreprises	22 430	24 580
Membres individuels, organisateurs et	4 800	5 015
Total des cotisations	58 282	60 063

2.24 Résultat des activités de Fribourg Tourisme et Région

<i>En CHF</i>	Comptes 2020			Comptes 2019		
	Produit	Charge	Résultat	Produit	Charge	Résultat
Activités						
Tour de ville	44 124,50	37 002,90	7 121,60	88 299,30	69 764,95	18 534,35
Cathédrale	35 273,70	26 213,40	9 060,30	63 690,10	15 923,00	47 767,10
I-guide	2 773,35	0,00	2 773,35	0,00	0,00	0,00
City card	18 164,00	18 443,00	-279,00	21 711,35	18 817,70	2 893,65
Golf urbain	11 037,15	1 838,15	9 199,00	15 435,00	2 394,25	13 040,75
Forfaits	22 724,65	18 046,20	4 678,45	38 444,85	32 583,00	6 861,85
Taste my Fribourg	11 171,50	10 776,00	395,50			
City games						
City game 1606	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Chasse aux trésors	3 117,00	1 925,00	1 192,00	6 462,00	3 661,65	2 800,35
Espace 1606	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Village de l'Avent	0,00	0,00	0,00	600,00	0,00	600,00
Autres activités FTR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Commissions						
Congrès	2 225,05		2 225,05	10 970,20		10 970,20
Billetterie	19 475,40		19 475,40	16 149,55		16 149,55
Fondation Equilibre-Nuithonie	43 075,60		43 075,60	43 195,60		43 195,60
Petit train	5 954,20		5 954,20	13 031,25		13 031,25
Commission booking	183,25	0,00	183,25	195,65	0,00	195,65
Diverses ventes	5 085,00	5 052,40	32,60	17 459,20	19 338,00	-1 878,80
Résultat des activités	224 384,35	119 297,05	105 087,30	335 644,05	162 482,55	173 161,50

2.25 Publicité et promotions

	Comptes 2020	Comptes 2019
<i>En CHF</i>		
Achat de publications	3 873.30	9 964.90
Cotisations	3 206.10	3 856.10
Promotions loisirs	143 615.40	232 839.10
Projet ADN1606	136 409.60	118 601.75
Sentiers pédestres	1 290.35	918.10
Participation au fonds de marketing cant. coordonné	11 659.10	27 905
Total publicité & promotion	300 053.85	394 084.95

2.26 RHT

La rubrique Charges de personnel totalisant en net CHF 678'925.75 comprend les RHT encaissées pour l'exercice comptable 2020 (CHF 87'842,75)

FR
Rte de Beaulmont 20
CH-1701 Fribourg
TÉL: +41 26 425 44 99
www.fiduservice.ch

GE
Rue du Général-Dufour 22
CH-1204 Genève
TÉL: +41 22 789 01 03

ZH
Schützenstrasse 4
CH-8001 Zurich
TÉL: +41 44 520 91 21

FIDUSERVICE SA

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

Fribourg, le 29 mars 2021

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de pertes et profits, annexes et explications aux comptes) de l'association Fribourg Tourisme et Région pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2020.

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 d'agrément, 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'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels avec un total du bilan de CHF 651'652.75 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. 105620)

Fabrice Corminboeuf
(Expert-réviseur agréé)
(ASR no. 110201)

Annexes :

Comptes annuels composés du bilan, compte de pertes et profits, annexes et explications aux comptes.

F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

Comité	Membres
Présidente	Madeleine Genoud-Page*
Vice-Président	Markus Baumer*
AGGLO	Simon Gabaglio Rose-Marie Probst Félicien Frossard
Banques et services	Laurent Wicky
Détaillants	Sven Dietrich
Gastro Fribourg	Baptiste Esseiva
Hôteliers	François Baumann
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 01.03.2021)

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
Line Tena	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Benoît Vallélian	Comptabilité
Valérie Afangbedji	Apprenti 3 ^{ème} année
Amélie Herren	Apprenti 1 ^{ère} année
Julie Fontaine	Auxiliaire
Anya Niklaus	Auxiliaire
Arnaud Rolle	Auxiliaire
Lisa Schmidt	Auxiliaire

G2. GUIDES OFFICIEL(LE)S

Urusla Aebischer	D - F
Patrick Betticher	F - D
Susan Biemann	D - F
Gérald Caboussat	F - D
Florence Da Cruz	F - D - A - I - E
Alicia Daguët	E - A - F
Vito de Blasi	I - F
Nathalie Fasel	D
Bruno Fischer	D - F
Margaret Flükiger	A - F
Anne-Marie Forestier	D - F
Marc Gianora	F - A
Emmanuel Humbert	F
Lambert Jaccard	D - F - I

Maria Janke	D - P
Dominique Lévy	F - A
Sonia Menoud	F - A - E
Marco Mouthon	F - D
Maria Muniz	E - I - F
Edith Neuhaus	D
Jean-Paul Renevey	F
Pierre Savary	F - D
Martine Schütz	F
Catherine Schweizer	F - I
Caroline Souverain Cochard	F - A
Michel Sulger	D - F
Beat Wandeler	D
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
Christophe Aebi	D - F
Susanne Trachsel	D

Olivier Fasel	F
Rita Riedo	D
Marielle Jonin	F

F = français, D = allemand

H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

ETAT AU 31.12.2020

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; AVENCHES : Auberge de Jeunesse; AVRY-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 la Gruyère; POSIEUX : La Croix-Blanche; TAFERS : Taverna; VILLARS-SUR-GLÂNE : Auberge du Guintzet, Notre-Dame de la Route.

MUSÉES

Across 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, smem - Swiss Museum & Center for Electronic Music Instruments.

RESTAURANTS, BARS

Arte Panis SA Le Capri, Auberge aux 4 Vents, Auberge du Tilleul, Banshees'Lodge Sàrl, Boulangerie Saudan, Brasserie du Commerce, Brasserie L'Épée, Brasserie le Boulevard 39, Buvette des Bains de la Motta, Buvette du Petit Train, Café culturel de l'Ancienne Gare, Café de la Fonderie Ben & Leo, Café de la Presse, Café des Arcades, Café du Marché, Café du Paon, Café le Belvédère, Café le Gothard, Café Le Port de Fribourg., Café le Tunnel, Café-Restaurant de l'Ange, Café-Restaurant La Pinte, Café-Restaurant le Midi, Café-Restaurant Les Trentenaires, Café-théâtre de la Marionnette, Casino

Barrière Le Dzodzet, Crapule Club, Crêperie Sucre-Salé, Fribowling, Gasthof Zum Ochsen, Gasthof Zum Schlüssel, Gastro Bar Le Cintra, Holy Cow, Intrigo Pagadona SA, Kumo Asian Lab, L'Unique Tartare, La Cène, Landgasthof Garmiswil, Lapart, Le Belvédère, Le Bücher Espace créations, Le Chantilly, Le Mouton Noir, Le Pérolles, Le Petit Pérolles, Le Point Commun, Pause-Café SA Xpresso Café, Pinte des Trois Canards, Punkt-Grenette, Restaurant 14 / NH Hotel, Restaurant Alphabet, Restaurant Au Sauvage, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Restaurant de la Clef, Restaurant des Alpes, Restaurant des Trois-Tours, Restaurant du Cygne, Restaurant du Golf La Gruyère SA, Restaurant l'Aigle Noir, Restaurant la Chaumière, Restaurant La Chope, Restaurant la Coupole, Restaurant la Terrasse, Restaurant la Tomate, Restaurant Le Centre, Restaurant Le Jardin, Restaurant Le Set, Restaurant Luigia, Restaurant Marcello, Restaurant Pizzeria Capricciosa, Restaurant Pizzeria San Marco, Restaurant Schweizerhalle, Restaurant Taverna, Restaurant Vapiano, Restaurant-Brasserie La Croix-Blanche, Restoroute Motel de la Gruyère, Ristorante Bindella, Sport Café, Tea-Room Domino, TM Café SA & Talkwine.

ORGANISATEURS

Academie d'Orgue de Fribourg, Belluard Bollwerk International, Bénichon et Tradition, Carrousel, bédéMANIA, Festival International de Musiques Sacrées, Fribourg, 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, Salon du Mieux-Vivre, La Nuit des Musées, Association du Carnaval des Bolzes.

MEMBRES INDIVIDUELS

Carine Beaud, Catherine Agustoni, Eduardo Albuquerque, Pierre Baeriswyl, Marie-Jeanne Bardy, Michel Bettin, Patrick Betticher, Susanne Biemann, Marie-Thérèse Bise, Marc Blaser, Albert Bugnon, Gérald Caboussat, Jérémie Carrel, Claude Chappuis, Roger Christinaz, Francine Clément, Jean-Pierre et Martha Clément, Laure Clément, Jessica Clément, Jean-Pierre Corpataux, Patrick Cudré-Mauroux, Alicia Daguet, Louis de Bourgnécht, Jean-François de Bourgnécht, Jean-Baptiste de Weck,

Isabelle Delèze, Elisabeth et Dino Sante Demola, Patrick Déneraud, Dr. Guillaume Devaud, Gertrud Dizerens, Philippe Etter, André Fasel, Nathalie Fasel, Olivier Fasel, Agnès Fischer, Marlène Flückiger, Annemarie Forestier, Pascal Gross, Marcel Guhl, Benoît Gumy, Rose-Blanche Haag, Ulf Hasselgren, Jules Jad Helal, Adrien Hertig, Emmanuel Humbert, Alan Humerosse, Lambert Jaccard, Roland Kolly, Ivano Kopp, Dominique Lévy, Olga et Arnost Libicky, Alain Maeder, Luca Maillard, Jean-Jacques Marti, Myriam Meucelin Rohr, Marcel Michaud, Maud Morandi, Monique & Philippe Morard, Maria Muniz, Valentine Murith, Alexis Overney, Janique Pastore, Jacques Peiry, Paul Peiry, Ati Perler, Elisabeth Perroud, Yann Pugin, Emma Remy Klaus, Erwin Riedo, Pierre-Louis Rod, Pierre Savary, Adrian Schmid-Siegen, Nicolas Schmutz, Walter Schoop, Michelle Schöpfer, Martine Schütz, Catherine Schweizer, Yvonne Stempel, Beat Wandeler, Fabienne Weber, Mario Wenger, Harjan Winters, Jean-Pierre Wohlhauser, Taranuch et Nicolas Zapf, Albert Zapf, Nicole Zimmermann, Othmar Zumsteg.

ENTREPRISES

Actalis, Aérodrome Régional, AFCAS, AG@P Fribourg Sàrl, Agence MINT Sàrl, Agence de Voyages Indalo Space SA, Allianz Suisse, Alosa SA, Angeloz et Associés SA, Antiglio SA, Arena cinémas, Artefact Management SA, Association culturelle la Tuffière, Association des commerçants de Fribourg Centre, Association des intérêts du quartier de l'Auge, Association IRAS COTIS, Association des producteurs et commerçants des marchés de Fribourg, Atout Vrac, AXA Winterthur Assurances, Bâloise Assurance SA, Banque Cantonale de Fribourg, Banque Migros, Banque privée Edmond de Rothschild SA, Banque Valiant SA, Boutique Fun, Bulliard Immobilier, CAB-Les Commerçants et Artisans du Bourg, Cabinet de Curiosité, Canoë club Fribourg, Cash Hôtel Service SA, Centre le Phénix, Gauch-Cave des Rochers AG, Chambre de commerce Fribourg CCIF, Chambre fribourgeoise d'agriculture, Cité St-Justin, Collaud & Criblet SA, Communauté du Chemin Neuf Convict Salesianum, Contemuse, CA Next Bank (Suisse) SA, CREDIT SUISSE (Suisse) SA, Crémo SA, CULTURE KIDS Sàrl, Delirioom Sàrl, Dehly SA, DFTG, Donc Voilà, Dootix Sàrl, Duplirex Papeterie SA, Ewatra publicité, Expo Centre SA Forum Fribourg, Fara, Favre Optique, Fédération fribourgeoise des entrepreneurs, Festival International de Films de Fribourg, Fiduconsult SA, Fiduservice SA, Fleur de cacao Sàrl, Fondation Château de la Grande Riedera, Freiburger Nachrichten AG, Fribourg-Natation, Fri-Mousse, Friscapè SA, G-A-B SA, Garage Berset Sàrl, Georges Bise SA, Ameublements, Gétaz-Miauton SA, Grand Magasin Manor 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, Le Billoquet, Le Gardien des Elfes, Les Boutiques Angeloz SA, Les Marchands Merciers, L'Esprit du Voyage, L'Observatoire d'Epandes, Manor SA Bâle, Robert Mauron SA, MC Management & Conseil Sàrl, Media f SA, Micarna SA, Moncor Automobiles SA, Mövenpick Schweiz SA, MTL SA, NBA Fiduciaire SA, Nicoli Dream Cars Sàrl, Orchestre de Chambre Fribourgeois, Piment Graphic Design, Polytype SA, Pompes funèbres Paul Murith SA, Paperforms, Pole Movement Dance Studio, Quartz Rose, Régie de Fribourg SA, Régie immobilière Weck Aeby & Cie SA, Regis SA société fiduciaire, Sarina Cuisines SA, Schwaller & Gasser clés et serrures, Sensia AG / Canisius, Siestaoppi Kanushop, Société coopérative Migros Neuchâtel-Fribourg, Société des remontées mécaniques de la Berra, Société suisse des employés de commerce, Sofraver SA, Le Strap, Take Off Productions, Taxi Neyruz, Technoservice Engineering SA, Telecom Services SA, Tupperware Products SA, Uebonne-idée.ch Sàrl, Union patronale du Canton de Fribourg, Université de Fribourg, Université de Fribourg, Service formation continue, Urbanspa, Vidinoti SA, Villars Maître Chocolatier, Vollichard & Cie, Xcape.

MEMBRES B6B

Aux 4 Eléments (Lucien et Dominique Haller Sobritz), Béatrice et Toni Ackermann, Elsbeth und Beat Aeberhard, Béatrice et Max Andrey, Table d'hôtes La Ferme du Biolley (Brigitte et Michel Bapst), Eric Berset, Vincent Bourgnon, Château de la Grande Riedera, Couvent des Cordeliers, Claire-Do Clément, Josiane et Michel Brique, Thérèse Chappuis, Christine Chassot, Rose Chervet, Hélière Chofflon, Rita Deuber-Fontana, Pierre Flüeler, BnB Fort Saint-Jacques (Nicole Gamba), Jacques Gagnaux, Isabelle Gehring, A. Thérèse Girard, BnB Le Havre (Claude Rosset), Sylvie Hervais, Marcia et Niklaus Hürlimann, Aline et Christian Kolly, Christa Larsen, Ivana Mrazek, La Noisetière (Laurent Chatagny), Les Nuits Blanches (Anne & Stéphane Leuba), Maison d'Amman (Elisabeth Ory), Romy Von Rohr, Valérie & Stanislas Rueck, Annelies und Ernst Ulrich, Jacques Volery, Anne-Elisabeth et René Vonlanthen, Barbara Widmer, Golf Country Club Wallenried (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 448
1701 Fribourg
T. +41 (0)26 350 11 11
info@fribourgtourisme.ch
www.fribourgtourisme.ch



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

