

EDITION FRANÇAISE

Rapport d'activité 2012

88^{ème} exercice
Union fribourgeoise du Tourisme



NOUVELLE ASCENSION DES NUITÉES

Pour la 2^{ème} année consécutive, FRIBOURG REGION enregistre la plus forte progression relative des nuitées de toutes les régions touristiques suisses. Un magnifique résultat, conforté par un record au niveau hôtelier avec 456'834 nuitées, dont 63 % proviennent d'une clientèle suisse.

Alors que de nouveaux établissements prennent leur rythme de croisière, la rénovation ou l'agrandissement d'hôtels se poursuit en 2012 à Charmey, Fribourg ou Meyriez. Ces investissements réjouissants s'inscrivent dans les mesures définies par Vision 2030 «Stratégie de développement du tourisme fribourgeois» pour atteindre un des objectifs, à savoir l'augmentation des capacités des pôles touristiques cantonaux, dans les catégories à valeur ajoutée supérieure.

Prestigieuse distinction du tourisme suisse, le Milestone 2012 est décerné en novembre dernier à Berne devant un parterre de 600 personnalités du monde du tourisme, de l'économie et de la politique. La guérilla marketing de FRIBOURG REGION nommée dans la catégorie «Projet remarquable», avec 13 autres projets, se voit ainsi récompensée d'un diplôme.

En novembre toujours, Fribourg accueille la réunion annuelle des présidents et responsables romands des associations de randonnée pédestre. La présence du président et de la vice-présidente de Suisse Rando, M. Peter Jossen, respectivement Mme Adèle Thorens Goumaz, assure les associations et cantons du soutien de l'organe faitier dans les tâches confiées par la Loi fédérale sur les chemins pour piétons et les chemins de randonnée pédestre (LCPR).

Fidèle au mandat attribué par l'Etat, l'UFT a poursuivi ses missions l'an dernier au service du tourisme fribourgeois en faveur de ses hôtes et de ses partenaires. Au vu des résultats de l'analyse relative à la fréquentation des deux antennes d'information sises sur les restoroutes de La Gruyère et Rose de la Broye, le Comité décide le réaménagement de ces points d'information. Les activités se recentrent sur les missions confiées à l'UFT et le Call Center trouve place au siège fribourgeois.



AVANT-PROPOS

Votre président a la chance de pouvoir compter sur un Comité opérationnel et engagé. En tant que membre de droit, l'Etat est représenté par M. le Conseiller d'Etat en charge de la DEE et le directeur de la Promotion économique. Aux côtés du directeur des TPF et du président du CA de la Banque cantonale de Fribourg, partenaires du développement touristique, siègent également des représentants d'associations professionnelles, comme HotellerieSuisse Fribourg, GastroFribourg ou l'Union patronale du canton de Fribourg. Au niveau politique, conseillère nationale, députée ou préfet assurent le relais souhaité auprès des diverses instances cantonales ou fédérales.

Soucieuse des relations avec ses partenaires directs, l'UFT représentée par son président et son directeur, entreprend la visite des Organisations touristiques régionales (OTR). Les rencontres avec les Comités de Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région - Fribourg Tourisme - Romont et sa Région - Estavayer/Payerne Tourisme se succèdent dans un premier temps; les visites des autres OTR sont au programme 2013.

Le tourisme fribourgeois poursuit son évolution grâce aux activités des régions et à celles de l'UFT. Mes remerciements s'adressent à nos prestataires, membres et milieux concernés ainsi qu'à chaque collaboratrice et collaborateur, leur travail est précieux. A l'image du canton, FRIBOURG REGION se positionne comme «l'une» des régions touristiques en devenir !

Jean-Jacques Marti
Président de l'UFT

UNE ANNÉE STRATÉGIQUE

Excellente année 2012 pour FRIBOURG REGION où les nuitées hôtelières affichent un nouveau record. Alors que la parahôtellerie enregistre une certaine stabilité, la majorité des attractions touristiques connaissent une fréquentation en hausse. Par cette dynamique positive et continue, le tourisme fribourgeois bénéficie du potentiel pour améliorer sa productivité et se différencier par la qualité et l'authenticité de son offre. Toutefois, il est hors de question de se reposer sur ces excellents résultats ! L'Union fribourgeoise du Tourisme modernise ses structures et s'aligne encore davantage sur les intérêts et besoins de ses hôtes.

Le concept d'information sur les antennes des restoroutes situés en bordure de l'A1 et l'A12 est totalement revu. Un Call Center, atteignable 7/7 jours, opère depuis le siège à Fribourg. L'information passe davantage par les nouvelles technologies et prend en considération les attentes des «nouveaux touristes». L'application pour smartphones et le nouveau site Internet de FRIBOURG REGION correspondent parfaitement aux dernières tendances de l'information touristique.

Le plan quinquennal pour la réalisation de Vision 2030 priorise la sensibilisation, l'amélioration et l'intégration interrégionale de l'offre touristique fribourgeoise. Afin de sensibiliser davantage la population et les prestataires à la réalité touristique, le réseau PROtourism prend forme en 2012; il assure le relais et pérenne les résultats d'Enjoy Switzerland FRIBOURG REGION dont le projet a pris fin en mai.

Les travaux réalisés pour le renouvellement de la certification du label OII de l'UFT, les initiatives de développement durable en vue de l'obtention des labels «ibex Fairstay» et «Ecolabel européen» ainsi que le soutien substantiel apporté par le Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg aux projets novateurs, contribuent de manière essentielle à l'amélioration de l'offre touristique fribourgeoise.

L'UFT entreprend également une importante restructuration: le département Incoming remplace celui du Business Development. Il a pour missions principales d'intégrer l'offre touristique, de créer un grand choix de forfaits interrégionaux réservables online et d'optimiser le conseil pour les demandes groupes.

Une charte est élaborée. Fruit d'une réflexion collective, elle s'articule autour de six valeurs

essentielles: l'accueil, l'authenticité, la communication, le professionnalisme, le respect de l'environnement et l'innovation. Par des valeurs partagées et vécues, les collaboratrices et collaborateurs affirment leur volonté de remplir les missions confiées.

Des actions ciblées de réseautage ouvrent l'UFT davantage aux régions, prestataires et institutions partenaires. La coordination avec les services de l'Etat de Fribourg s'intensifie. La collaboration entre les destinations, même au-delà des frontières cantonales, se renforce. La guérilla marketing de FRIBOURG REGION obtient la mention de «Projet remarquable» lors du Milestone, le prix du tourisme suisse...

Force est donc de constater que 2012 se révèle une excellente année sur tous les plans ! FRIBOURG REGION consolide sa position sur le marché suisse et les marchés de proximité. Les bases d'un développement durable du tourisme fribourgeois sont lancées. C'est avec confiance, fierté et conviction que l'UFT entame les défis de 2013 - dans le but évident de rendre le séjour de ses hôtes parfait!

Thomas Steiner
Directeur de l'UFT



SOMMAIRE

AVANT-PROPOS

1. BILAN TOURISTIQUE

- 1.1. Envol des nuitées hôtelières 5
- 1.2. Stabilité de la parahôtellerie 5
- 1.3. Résultats des stations 5
- 1.4. Excursionnisme plébiscité 7

2. ACTIVITÉS INSTITUTIONNELLES

- 2.1. Missions 9
- 2.2. Représentations 9
- 2.3. Activités statutaires 10
- 2.4. Communication institutionnelle 10
- 2.5. Labellisations 10

3. PRESTATIONS EN FAVEUR DE L'ETAT

- 3.1. Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg 11
- 3.2. Taxes de séjour 11
- 3.3. Défense d'intérêts 11

4. MARKETING

- 4.1. Campagnes et marchés 13
 - 4.1.1. Campagne suisse 13
 - 4.1.2. Campagnes internationales de Suisse Tourisme 13
 - 4.1.3. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France 14
 - 4.1.4. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Allemagne 14
 - 4.1.5. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne 14

2

5

5

5

7

9

9

9

10

10

10

11

11

11

11

11

13

13

13

13

13

14

14

14

14

14

4.2. Actions promotionnelles 15

4.2.1. Schweizer Strassenfest à Francfort 15

4.2.2. Tourisme d'affaires / MICE 15

4.3. Voyages de presse 16

4.4. Supports de communication 18

4.5. Information clients par Internet 19

4.5.1. Internet 19

4.5.2. Web 2.0 19

4.5.3. Application FRIBOURG REGION 19

4.5.4. Newsletter 19

4.5.5. Sur la voie du succès avec TOMAS® 19

5. DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

5.1. Trois axes prioritaires 21

5.1.1. Sensibilisation de la population et prestataires 21

5.1.2. Amélioration de l'offre 21

5.1.3. Intégration de l'offre 21

6. SERVICE « RÉSEAUX DE RANDONNÉE »

6.1. Réseaux cyclotouristique, rollers et VTT 23

6.2. Réseau pédestre 23

6.3. Collaborations et formation 24

REMERCIEMENTS

25

ORGANES ET MEMBRES

27

COMPTES 2012

31

ANNÉE 2012

1. BILAN TOURISTIQUE

L'hôtellerie suisse enregistre un nouveau recul de ses nuitées de 2%, soit -720'000 unités. La baisse concerne essentiellement les hôtes du continent européen avec la plus grande diminution absolue du côté de l'Allemagne avec -11%. Les autres continents génèrent tous des augmentations dont la plus importante concerne l'Asie, dont en particulier la Chine.

Au contraire de la majorité des régions touristiques suisses, FRIBOURG REGION affiche une magnifique progression ! Tous secteurs confondus, le tourisme fribourgeois passe le cap de 1,823 mio de nuitées surpassant ainsi le succès enregistré en 2011.

1.1. Envol des nuitées hôtelières

FRIBOURG REGION bénéficie d'une année record sur plusieurs plans : les nuitées hôtelières progressent de 6,1% et dépassent à nouveau les chiffres enregistrés par l'Office fédéral de la statistique depuis 1992. Ce résultat représente comme l'an dernier la plus forte progression relative de toutes les destinations touristiques suisses dont seules trois sur treize voient leurs nuitées évoluer.

Ce résultat exceptionnel s'explique en grande partie par l'évolution de l'offre hôtelière où rénovations ou agrandissements permettent de répondre aux exigences du marché. Il convient d'y ajouter la prédominance d'une clientèle nationale (env. 63%) et des prix attractifs en comparaison d'autres destinations phares de Suisse.

Les statistiques de la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour laissent apparaître une différence avec celles de l'OFS en raison de l'exemption des nuitées des enfants, des militaires ou des institutions à caractère social.

1.2. Stabilité de la parahôtellerie

En majorité résidentielle, la parahôtellerie est par le fait moins sensible à la conjoncture. Le bilan cantonal au niveau de l'hébergement se veut stable avec un total plus de 1'424 mio de nuitées. Si les secteurs « locations de chalets & appartements », « hébergements collectifs » enregistrent des diminutions de nuitées, les « bateaux habitables » et « campings de passage » augmentent de 5,6%, respectivement 3%.

1.3. Résultats des stations

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

Au niveau de l'hôtellerie, les gains les plus importants concernent les Sociétés de développement (SD) de Bulle et environs (+35,2%), Estavayer-le-Lac et environs (+31,3%) et Lac de la Gruyère (+28,2%). Ces progressions spectaculaires s'expliquent notamment par l'ouverture ou la rénovation d'établissements. Font toutefois exception à cette évolution d'ensemble, les résultats des nuitées effectives des pôles touristiques de Schwarzsee, Murten ou Charmey; ces baisses résultent en partie de réductions durables ou temporaires de l'exploitation de certains hôtels.

La parahôtellerie rencontre également des résultats variables selon les destinations. L'évolution la plus marquée touche les SD de Murten et Intyamont, alors qu'un recul substantiel est enregistré à Jaun (-9,8%) et à Broc-Butterens-Villarbeney-Morlon (-6,3%).

FRIBOURG REGION : NUITÉES DANS LES DIFFÉRENTS TYPES D'HÉBERGEMENT

HÉBERGEMENT	2010	2011	2012	ÉVOLUTION 2011 - 2012
Hôtels (selon données OFS)	403'096	430'544	456'834	6.1 %
Hôtels (selon données UFT)	357'721	383'439	399'089	4.1 %
Location de chalets et appartements de vacances (c)	48'684	51'994	47'743	-8.2 %
Résidences secondaires (r)	555'806	545'303	544'078	-0.2 %
Campings (nuitées résidentielles) (r)	362'060	359'795	363'390	1.0 %
Campings (nuitées de passage) (c)	40'623	43'559	44'869	3.0 %
Hébergements collectifs (c)	231'344	225'179	222'102	-1.4 %
Bateaux habitables (r)	61'619	64'066	67'624	5.6 %
Subtotal	1'300'136	1'289'896	1'289'806	-0.01 %
Institutions à service hôtelier (c)	77'261	83'772	84'257	0.6 %
Instituts, pensionnats, Université (r)	47'841	49'549	50'799	2.5 %
Subtotal « autres établissements »	125'102	133'321	135'056	1.3 %
Total parahôtellerie	1'425'238	1'423'217	1'424'862	0.1 %
Total	1'782'959	1'806'656	1'823'951	1.0 %
Secteur commercial (selon TS)	755'633	787'943	798'060	1.3 %
Secteur résidentiel (selon TS)	1'027'326	1'018'713	1'025'891	0.7 %

(c) = commercial (r) = résidentiel

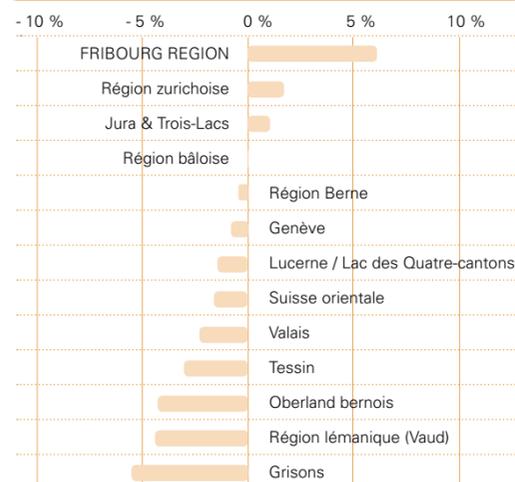
Tableau établi sur la base des nuitées « taxes de séjour » enregistrées par la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour de l'UFT.

04

05

SUISSE : ÉVOLUTION DES NUITÉES

GRANDES RÉGIONS TOURISTIQUES



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

PROVENANCE DES HÔTES	SUISSE		ÉVOLUTION 2011 - 2012	PARTS AU TOTAL 2012	FRIBOURG REGION		ÉVOLUTION 2011 - 2012	PARTS AU TOTAL 2012
	2011	2012			2011	2012		
Suisse *	15'752'367	15'690'035	- 0.4 %	45.1 %	277'323	288'079	3.9 %	63.1 %
Allemagne *	5'207'892	4'625'384	- 11.2 %	13.3 %	40'659	41'240	1.4 %	9.0 %
France *	1'394'166	1'318'460	- 5.4 %	3.8 %	33'413	38'774	16.0 %	8.5 %
Italie	1'007'519	971'776	- 3.5 %	2.8 %	9'081	11'297	24.4 %	2.5 %
Grande-Bretagne *	1'699'747	1'544'236	- 9.1 %	4.4 %	7'625	7'206	- 5.5 %	1.6 %
Pays-Bas	847'438	726'636	- 14.3 %	2.1 %	5'063	5'308	4.8 %	1.2 %
Belgique	678'517	620'658	- 8.5 %	1.8 %	5'358	5'176	- 3.4 %	1.1 %
Espagne *	451'463	434'669	- 3.7 %	1.3 %	6'809	8'039	18.1 %	1.8 %
USA	1'492'131	1'525'178	2.2 %	4.4 %	7'491	7'516	0.3 %	1.6 %
Autres	6'955'016	7'309'241	5.1 %	21.0 %	37'722	44'199	17.2 %	9.7 %
Total étranger	19'733'889	19'076'238	- 3.3 %	54.9 %	153'221	168'755	10.1 %	36.9 %
Total général	35'486'256	34'766'273	- 2.0 %	100.0 %	430'544	456'834	6.1 %	100.0 %

* Marchés régulièrement travaillés par l'UFT

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

FRIBOURG REGION : ACTIVITÉ PAR SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT (SD)

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT	HÔTELLERIE		ÉVOLUTION 2011 - 2012	PARAHÔTELLERIE		ÉVOLUTION 2011 - 2012	TOTAL		ÉVOLUTION 2011 - 2012
	2011	2012		2011	2012		2011	2012	
Broc, Botterens, Villarbeney, Morlon	7'130	6'702	- 6.0 %	16'525	15'488	- 6.3 %	23'655	22'190	- 6.2 %
Bulle	36'751	49'673	35.2 %	15'305	15'484	1.2 %	52'056	65'157	25.2 %
Charmey, Châtel, Cerniat, Crésuz	30'023	28'857	- 3.9 %	129'408	128'208	- 0.9 %	159'431	157'065	- 1.5 %
Châtel-St-Denis, Les Paccots	3'274	3'266	- 0.2 %	94'524	90'432	- 4.3 %	97'798	93'698	- 4.2 %
Cheyres, Châbles *				101'856	99'782	- 2.0 %	101'856	99'782	- 2.0 %
Delley, Gletterens, Portalban *				181'688	183'532	1.0 %	181'688	183'532	1.0 %
Düdingen	4'914	4'957	0.9 %	25'687	24'488	- 4.7 %	30'601	29'445	- 3.8 %
Estavayer-le-Lac et environs	22'924	30'093	31.3 %	113'538	114'437	0.8 %	136'462	144'530	5.9 %
Fribourg et environs	139'926	140'978	0.8 %	79'789	82'273	3.1 %	219'715	223'251	1.6 %
Gruyères, Moléson	20'823	20'334	- 2.3 %	76'288	75'547	- 1.0 %	97'111	95'881	- 1.3 %
Intyamon	3'893	3'735	- 4.1 %	68'179	71'560	5.0 %	72'072	75'295	4.5 %
Jaun, Im Fang *				50'704	45'751	- 9.8 %	50'704	45'751	- 9.8 %
Kerzers	2'288	2'859	25.0 %	149	85	- 43.0 %	2'437	2'944	20.8 %
Lac de la Gruyère	7'322	9'389	28.2 %	78'888	78'342	- 0.7 %	86'210	87'731	1.8 %
Morat et environs	56'578	52'137	- 7.8 %	51'009	53'669	5.2 %	107'587	105'806	- 1.7 %
Romont	4'119	4'121	0.0 %	2'323	2'356	1.4 %	6'442	6'477	0.5 %
Schwarzsee, Plaffeien et environs	19'283	17'740	- 8.0 %	123'670	128'113	3.6 %	142'953	145'853	2.0 %
Le Vully	7'149	7'249	1.4 %	131'615	131'420	- 0.1 %	138'764	138'669	- 0.1 %
Reste du canton	17'042	16'999	- 0.3 %	82'072	83'895	2.2 %	99'114	100'894	1.8 %
Total général	383'439	399'089	4.1 %	1'423'217	1'424'862	0.1 %	1'806'656	1'823'951	1.0 %

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

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

1.4. Excursionnisme plébiscité

La fréquentation des lieux dits d'excursion fluctue au gré des conditions météo. Les responsables des musées et autres lieux de visite se déclarent pour la plupart satisfaits de 2012. La Maison Cailler à Broc remporte la palme avec 362'723 visiteurs, suivie par la Papiliorama à Kerzers avec plus de 230'000 entrées.



FRIBOURG REGION : MUSÉES ET AUTRES LIEUX DE VISITE

	VISITEURS		ÉVOLUTION 2011 - 2012
	2011	2012	
La Maison Cailler, Broc	350'500	362'723	3 %
Electrobroc, Broc	15'003	14'338	- 4 %
Musée gruérien, Bulle	en rénovation	24'900	
Musée de Charmey, Charmey	10'260	4'500	- 56 %
Musée des grenouilles, Estavayer-le-Lac	6'378	7'163	12 %
Centre d'art contemporain Fri-Art, Fribourg	4'740	4'856	2 %
Chemins de Fer du Kaeserberg, Fribourg	9'225	12'758	38 %
Espace J. Tinguely - N. de St Phalle, Fribourg	23'597	19'202	- 19 %
Musée d'Art et d'Histoire, Fribourg	13'702	14'335	5 %
Musée de la bière Cardinal, Fribourg	700	756	8 %
Musée Gutenberg, Fribourg	11'409	12'000	5 %
Musée d'histoire naturelle, Fribourg	60'112	59'558	- 1 %
Musée suisse de la machine à coudre, Fribourg	4'980	4'980	0 %
Musée suisse de la marionnette, Fribourg	2'962	2'892	- 2 %
Village lacustre, Gletterens	13'000	14'000	8 %
Château de Gruyères, Gruyères	186'763	179'146	- 4 %
Musée HR Giger, Gruyères	34'987	36'866	5 %
Tibet Museum, Gruyères	5'397	5'936	10 %
Cantorama, Jaun	2'607	2'837	9 %
Papiliorama, Kerzers	235'000	230'000	- 2 %
Musée du Papier peint, Mézières	2'400	2'200	- 8 %
Museum Murten, Murten	3'700	4'400	19 %
La Maison du Gruyère, Pringy	141'322	142'757	1 %
Vitromusée, Romont	17'461	14'450	- 17 %
Sensler Museum, Tafers	6'611	4'836	- 27 %
Musée romain, Vallon	5'721	5'627	- 2 %

INSTITUTION

2. ACTIVITÉS INSTITUTIONNELLES

2.1. Missions

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

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

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

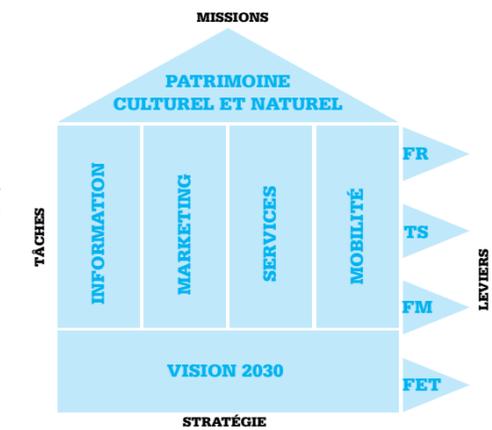
1. La contribution annuelle de l'Etat de Fribourg.
2. Le produit de la taxe cantonale de séjour.
3. Le Fonds de marketing touristique coordonné (FM) bénéficiant du soutien financier et de la coordination de l'UFT.
4. Le Fonds d'équipement touristique (FET) dont le secrétariat est assumé par l'UFT.

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

2.2. Représentations

Depuis fort longtemps, l'UFT se trouve en relation active, en tant que membre ou partenaire, de multiples communautés de travail ou institutions à caractère national, intercantonal ou régional, dont notamment Suisse Tourisme, la Fédération suisse du tourisme (FST), GastroFribourg, HotellerieSuisse Fribourg, la Conférence des directeurs des régions touristiques suisses, les Offices cantonaux de tourisme, l'Association suisse des managers en tourisme, l'Association internationale des experts scientifiques en tourisme, la fondation et la communauté d'intérêt SuisseMobile, ainsi que la Fédération suisse de randonnée pédestre. Le directeur de l'UFT intègre en 2012 le « Conseil consultatif de la FST » et la « Commission hébergement de GastroSuisse ».

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





2.3. Activités statutaires

Au chapitre des activités statutaires, l'assemblée générale 2012 se déroule le 9 mai au Centre de formation Burgbühl à St. Antoni, devant 125 personnes. Le procès-verbal peut être consulté sur le site www.fribourgregion.ch, site dont la nouvelle mouture est mise en ligne en juillet 2012.

Le Comité tient séance en 2012 à cinq reprises, le Comité stratégique à quatre reprises et la Commission financière se déroule deux fois. Les dossiers majeurs traités par le Comité se réfèrent aux affaires statutaires et administratives ordinaires ainsi qu'à la concrétisation de la stratégie de développement «Vision 2030».

L'année dernière, cet organe décide du réaménagement des antennes d'information situées sur les restoroutes de La Gruyère et Rose de la Broye. Il valide également les nouveaux statuts d'organismes comme Jaun Tourismus et l'Association des 4C «Charmey Tourisme» assumant à l'échelle locale la fonction de Société de développement (SD); la SD d'Estavayer-le-Lac est reconnue en tant qu'Organisation touristique régionale pour la période 2012 - 2016.

2.4. Communication institutionnelle

Envoyée par courriel à plus de 1'150 adresses et publiée sur Internet, la Newsletter institutionnelle «Tourisme Info» paraît en 2012 à trois reprises. Le nouveau département Incoming de l'UFT et l'assemblée générale des Remontées Mécaniques Suisses tenue à Fribourg représentent les rubriques cliquées en plus grand nombre.

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

Un point presse relatif au bilan des 100 jours du directeur a réuni d'autre part en janvier plus d'une dizaine de journalistes et photographes à l'Abbaye d'Hauterive.

2.5. Labellisations

L'hôtellerie et les associations touristiques figurent dans le canton en tête de classement des branches dotées du plus grand nombre de labels de qualité du tourisme suisse. Quatre nouvelles entreprises reçoivent ce label en 2012: l'Hôtel ibis Bulle - La Gruyère, le très exigeant «niveau III»; Les Bains de Charmey en Gruyère, Au Parc Hôtel SA et l'Hôtel de la Gare à Sugiez, le «niveau I».



La signature de la Charte du développement durable du tourisme suisse engage l'UFT à poursuivre ses efforts dans ce secteur. L'institution apporte aussi son soutien aux établissements hôteliers et parahôteliers en vue de l'obtention des labels «ibex Fairstay» et «Ecolabel européen», ceci dans le cadre de la stratégie de développement durable du canton de Fribourg. Deux établissements de la capitale sont en cours de labellisation.

3. PRESTATIONS EN FAVEUR DE L'ETAT

3.1. Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg

Afin de poursuivre son action d'appui au développement structurel, le Fonds d'équipement touristique siège à deux reprises en 2012. Le Comité de gestion du fonds, dont l'UFT assume le secrétariat, confirme des engagements pluriannuels antérieurs à hauteur de 966'000 francs et décide de l'octroi d'aides financières ordinaires - soit une prise en charge partielle d'intérêts - en faveur des bénéficiaires suivants:

- Cave et Domaine du Petit Château à Môtier/Vully: aménagement d'une ancienne bâtisse en lieu de réception pour des visites œnotouristiques;
- Château de la Corbière à Estavayer-le-Lac: transformation du château en hôtel de charme;
- Kaisereggbahnen Schwarzsee AG: enneigement artificiel et travaux en vue du renouvellement de la concession et du permis d'exploitation du télésiège Riggisalp;
- Société des Remontées Mécaniques La Berra SA: enneigement artificiel et bâtiment de services.

L'aide ordinaire octroyée en 2011 à la Télécabine Charmey-Les Dents Vertes en Gruyère SA pour le déplacement de la station aval du télésiège «La Scie - Vounetse» est substituée par une aide extraordinaire.

3.2. Taxes de séjour

Le produit 2012 de la taxe cantonale de séjour s'élève à 1,39 mio de francs. Il est significativement supérieur à celui de l'exercice précédent et suit par le fait la courbe ascendante des nuitées. Selon les dispositions légales, les montants perçus à ce titre sont affectés au financement de services et prestations directs en faveur des hôtes de l'ensemble du canton - dans les domaines de l'information, de l'animation et de l'équipement.

La Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour confirme son efficacité et l'attrait de ses prestations: quatorze des dix-huit sociétés de développement lui confient un mandat d'encaissement dont celle de Delley-Portalban-Gletterens en 2012.

Sur préavis du Comité de l'UFT, le Conseil d'Etat a validé l'augmentation maximale de la taxe de séjour locale dans les quatre communes constituant l'Association des 4C «Charmey Tourisme»; le produit de la taxe de séjour devant exclusivement servir au financement des tâches légales de la société de développement.

3.3. Défense d'intérêts

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



MARKETING

4. MARKETING

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

4.1. Campagnes et marchés

4.1.1. Campagne suisse

En continuité de 2011, sous le slogan «Recommandé par votre thérapeute», la campagne suisse renouvelle ses actions de marketing viral. Plusieurs mesures se réalisent: une action guérilla à Genève et Zurich, des concours sur Facebook et dans la revue Schweizer Familie - générant un retour de 3'700 contacts.

Le buzz créé par les fous rires collectifs déclenchés par 20 comédiens au sein des transports publics a généré d'importantes retombées médiatiques, en particulier en Suisse romande; l'équivalent en espace publicitaire est chiffré à près de 35'000 francs. Le marketing-of de la journée diffusé via les canaux des réseaux sociaux de FRIBOURG REGION et de l'Agence Franz & René se visionne à 2'350 reprises. Une nomination au prestigieux Milestone 2012 (Prix suisse du tourisme) dans la catégorie «projet remarquable» récompense l'action de guérilla marketing.

4.1.2. Campagnes internationales de Suisse Tourisme

Montagnes et lacs

En collaboration avec l'Association régionale du Lac, La Gruyère Tourisme, les offices du tourisme de Fribourg, Estavayer-le-Lac, Les Paccots et Schwarzsee, FRIBOURG REGION participe à la campagne «Eté à la montagne»; l'occasion de cibler les marchés suisse, européen et nord-américain. A la version papier succède cette année une e-brochure réalisée en 6 langues, disponible sur iTunes-Store. Autre nouveauté, «le» magazine de Suisse Tourisme propose 1'000 idées sur le thème de l'eau, thème retenu pour 2012 (tirage 400'000 exemplaires). En complément, plusieurs offres de séjour et une banner sont en ligne durant la campagne sur www.myswitzerland.com.

Hiver

FRIBOURG REGION, en coopération avec La Gruyère Tourisme et les offices du tourisme des Paccots et Schwarzsee, figure dans la brochure «Hiver» de Suisse Tourisme. Forte de 90 pages, éditée en six langues, elle est destinée aux marchés suisse, européen, russe, américain et asiatique. La région fribourgeoise se présente sur deux pages sur le thème «La nature en harmonie». Plusieurs séjours sont proposés sur www.myswitzerland.com sur 3 périodes hivernales bien distinctes.

Villes

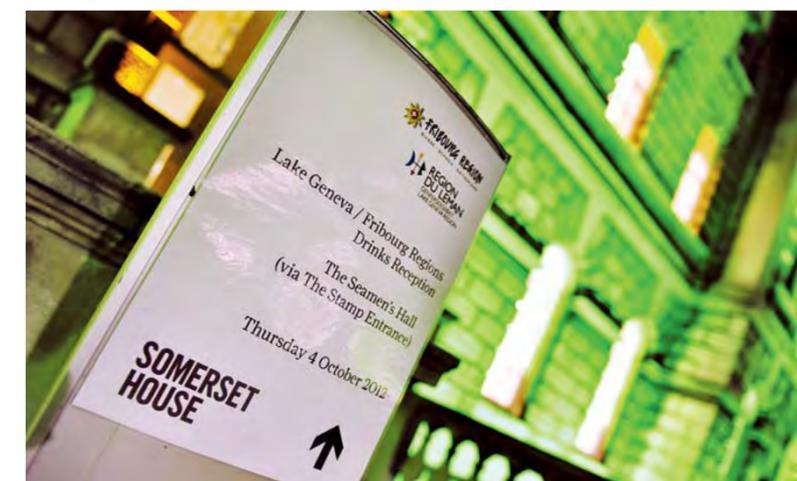
Fribourg Tourisme participe aux côtés de l'office du tourisme de Romont et de FRIBOURG REGION à la campagne internationale «ville» avec pour marchés cibles les pays suivants: Suisse, Allemagne, Angleterre, Benelux, Espagne, France, Italie, la Russie et Amérique du Nord. Une e-brochure fait place en 2012 à la version imprimée; la capitale fribourgeoise y propose un programme journalier de 7 bons plans et 4 suggestions complémentaires.

Familles

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

Hôtels Bien-Etre

FRIBOURG REGION en partenariat avec La Gruyère Tourisme, l'office du tourisme de Charmey et l'Hôtel Cailler participe à la campagne de Suisse Tourisme «Hôtels Bien-Etre». En complément d'une brochure éditée à 88'000 exemplaires, des actions promotionnelles sont entreprises via Internet et par Newsletters. Marchés cibles: Suisse, Allemagne, France, Italie et Russie. FRIBOURG REGION et l'Hôtel Cailler se présentent chacun sur l'une des 98 pages du prospectus.



4.1.3. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France

Afin de poursuivre ses efforts sur le marché français, FRIBOURG REGION participe à la Campagne de Suisse Tourisme France en collaboration avec La Gruyère Tourisme, L'Association régionale du Lac, Fribourg Tourisme, les offices du tourisme des Paccots et d'Estavayer-le-Lac. Au niveau publications, une double-page dans la brochure phare «Hochfrequenter La Suisse – Pays de l'eau» tirée à 687'000 ex. et 6 offres proposées pour un mailing direct sont à relever. D'autres actions e-marketing se réalisent comme un mini-site, des e-Newsletters thématiques, une campagne Ipad et web en particulier sur plusieurs sites comme Tripadvisor, voyages-sncf.com ou viamichelin.com. Divers salons et événements jalonnent 2012: «Salon du Randonneur», «Destinations Nature», «La Suisse au cœur de Strasbourg». La rencontre presse organisée à fin mars à Paris par Suisse Tourisme lors du Salon Destinations Nature et les différentes relations médias établies durant l'année offrent de belles retombées presse. A noter la publication d'un publi-reportage de 8 pages dans Le Figaro Magazine.

4.1.4. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Allemagne

FRIBOURG REGION a capté l'attention des hôtes allemands grâce à diverses mesures marketing entreprises en collaboration avec Suisse Tourisme Allemagne et les partenaires régionaux. L'envoi d'offres par mailing direct à 7'500 adresses de personnes intéressées à la Suisse se solde par 573 bulletins-réponse retournés, 342 brochures cantonales et 574 prospectus des destinations commandées; de plus, les brochures générales de FRIBOURG REGION sont encartées à 300'000 exemplaires dans le magazine TV «Hörzu». L'offre fribourgeoise se présente lors de foires ou événements grand public (CMT Stuttgart, Schweizer Strassenfest

Francfort) et salon professionnel (ITB Berlin). A ces actions s'ajoute une campagne de e-Marketing où les bannières font place en 2012 aux publicités InText et affichages sur Facebook.

4.1.5. Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne

Sous l'égide de Suisse Tourisme Espagne, FRIBOURG REGION participe comme partenaire aux campagnes avec AVE Madrid-Barcelone (trains à grande vitesse) et l'agence de voyages RACC (Automóvil Club); ces deux actions permettent d'intégrer FRIBOURG REGION dans leur magazine respectif et marketing online dédié à la Suisse. Faire connaître les perles touristiques du canton aux hôtes espagnols, une réalité avec la diffusion sur TVE d'un reportage tourné à Gruyères pour l'émission «Españoles por el Mundo» au bénéfice d'une audience de 3 mios de spectateurs et l'édition suisse de VIAJAR Magazine dont 12 pages sont consacrées à l'offre fribourgeoise. D'autres actions e-marketing (Landingpage, bannière, e-newsletter, offre spéciale et mini-site) se concrétisent tout au long de l'année.

La liste détaillée des présences publicitaires 2012 de FRIBOURG REGION se trouve en ligne sur www.fribourgregion.ch/publicite.



4.2. Actions promotionnelles

19 opérations sont au programme 2012 des activités «ventes et promotions». FRIBOURG REGION se présente ainsi de façon active sur les marchés touristiques durant près de 60 jours. Les efforts ciblent en priorité le marché suisse ainsi que les marchés limitrophes (Allemagne et France). Les objectifs sont atteints dans la majorité des actions, ce malgré la concurrence intense des grandes régions touristiques suisses.

4.2.1. Schweizer Strassenfest à Francfort

Le 16 juin, 100'000 personnes prennent part à la «Schweizer Strassenfest», véritable braderie au cœur de l'Allemagne. Hôte d'honneur, la Suisse y installe avec ses partenaires un village de chalets typique. Avec sa mascotte Flora, FRIBOURG REGION met en vitrine son offre touristique et ses produits du terroir dont la confection de bricelets.

4.2.2. Tourisme d'affaires / MICE

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

- Participation en compagnie de prestataires de FRIBOURG REGION à trois Roadshows à Bâle, Lucerne et Zurich;
- Présence à trois business lunch à Bâle, Berne et Zurich;
- Organisation et participation à 30 Sales Calls à Bâle, Berne, Zurich et région de Lucerne;
- Accueil d'organisateur MICE sur quatre sites: Fribourg, La Gruyère, Murten et Schwarzee;
- Encartage d'un concours sur flyer dans la Newsletter Inside-Newsflash.

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

TABLEAU RÉCAPITULATIF PROMOTION

DATES	LIEUX	MANIFESTATIONS	SEGMENTS
Marché suisse			
13.01. - 15.01.12	Genève	Vacances	Loisirs
07.01.2012	Zurich	Celebrationpoint Workshop	Affaires
19.01. - 22.01.12	Berne	Ferien- & Gesundheitsmesse	Loisirs
24.01.2012	Bâle	Celebrationpoint Workshop	Affaires
26.01. - 29.01.12	Zurich	FESPO	Loisirs
31.01.2012	Lucerne	Celebrationpoint Workshop	Affaires
03.02. - 05.02.12	Bâle	Basler Ferienmesse	Loisirs
10.02. - 12.02.12	St-Gall	Ferienmesse	Loisirs
21.03.2012	Schwarzsee	Site Inspection	Affaires
22.03.2012	Murten	Site Inspection	Affaires
28.03.2012	La Gruyère	Site Inspection	Affaires
29.03.2012	Fribourg	Site Inspection	Affaires
19.04.2012	Berne	Business Lunch Celebrationpoint	Affaires
02.05.2012	Genève & Zurich	Guérilla Campagne Suisse	Loisirs
18.09.2012	Zurich	Business Lunch Celebrationpoint	Affaires
08.10. - 31.10.12	Berne, Bâle Zurich & Lucerne	Sales Calls	Affaires
30.10.2012	Bâle	Business Lunch Celebrationpoint	Affaires
Marché allemand			
14.01. - 22.01.12	Stuttgart	CMT, Caravan, Motor, Touristik	Loisirs
07.03. - 11.03.12	Berlin	ITB, Internationale Tourismus Börse	Loisirs
16.06.2012	Francfort	Schweizer Strassenfest	Loisirs
Marché français			
23.03. - 25.03.12	Lyon	Salon du Randonneur	Loisirs
30.03. - 01.04.12	Paris	Salon Destinations nature	Loisirs
08.11. - 11.11.12	Strasbourg	La Suisse au coeur de Strasbourg	Loisirs
Marché britannique			
04.10.12	Londres	Workshop Lake Geneva & FRIBOURG REGION	Affaires & Loisirs
05.11. - 08.11.12	Londres	WTM, World Travel Market	Loisirs
Marché américain			
22.10.12	New York	VEMEX	Loisirs
Marché Asie & Pacifique			
18.05. - 21.05.12	Zurich	Asia Pacific Workshop	Loisirs

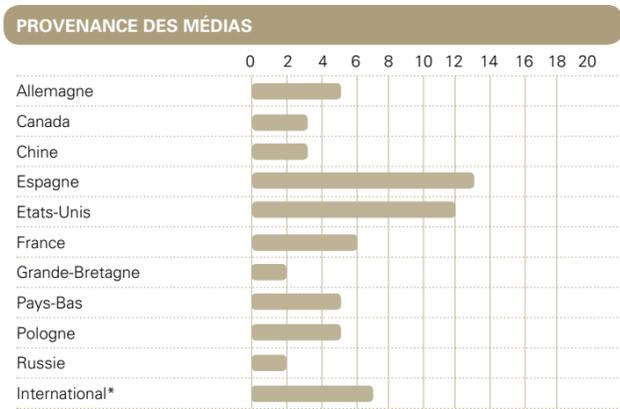
4.3. Voyages de presse

Les activités d'accueil médias jalonnent l'année 2012 avec satisfaction: 20 voyages de presse réunissant 63 journalistes en provenance de 16 pays. Les services de l'UFT se chargent de leur organisation en étroite collaboration avec Suisse Tourisme et les partenaires concernés.

Nature, gastronomie, culture et traditions sont les sujets les plus demandés lors des voyages de presse mis sur pied l'an dernier.

Placée sous le thème de «La Suisse – pays de l'eau» par Suisse Tourisme, 2012 offre une plateforme de choix à la région des lacs. Lors du postconvention tour, douze journalistes du monde entier partent à la découverte de Morat et d'Estavayer-le-Lac avec tour en bateau et gastronomie locale. Le «Défi des fontaines» permet à la ville de Fribourg de proposer une alternative dans les méandres de la Sarine.

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



● Nombre de journalistes (total 2012 = 63 journalistes)

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

* Le postconvention tour, organisé par Suisse Tourisme, comprend des journalistes des pays listés ainsi que des nations suivantes: Australie, Brésil, Corée, Hongrie, Japon et République tchèque.



Présentée en 1^{re} romande à l'échelle d'une région touristique, l'application de FRIBOURG REGION compte plus de 3'000 téléchargements. 100% offline, elle dispose d'une localisation GPS sur carte et du calcul de l'itinéraire jusqu'au lieu de visite.



4.4. Supports de communication

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

Canaux de distribution

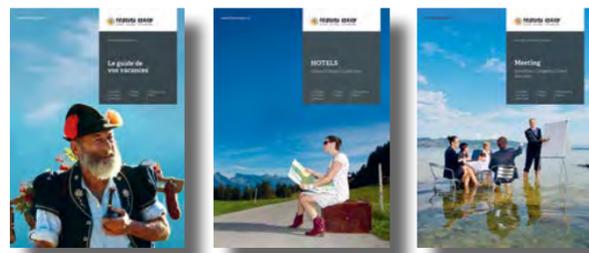
Constat réjouissant et ceci malgré la croissance des demandes via Internet, la distribution de brochures se révèle stable.

Ce bilan mérite toutefois deux remarques: l'augmentation des brochures principales distribuées par l'intermédiaire des partenaires touristiques de l'UFT et dans les lieux de visite les plus fréquentés comme La Maison Cailler, La Maison du Gruyère ou le Papiliorama; la baisse des brochures remises lors de salons et d'actions promotionnelles en raison notamment d'une présence exceptionnelle en 2011 à Strasbourg pendant 9 jours.

Trois nouveaux documents voient le jour en 2012:

- la version chinoise de la brochure principale FRIBOURG REGION, réalisée en étroite collaboration avec Monsieur Daming Gong – support diffusé lors de l'accueil des délégations chinoises au nombre de 54, soit 418 personnes l'an dernier;
- la brochure «Escapades gourmandes» éditée en 3 langues par l'UFT et l'Association pour la promotion des Produits du Terroir du Pays de Fribourg – 52 pages de trésors à découvrir aussi bien en balade que dans l'assiette;
- le programme des randonnées en partenariat avec l'Association fribourgeoise de randonnée pédestre – 75 propositions de randonnées guidées.

BROCHURES FRIBOURG REGION

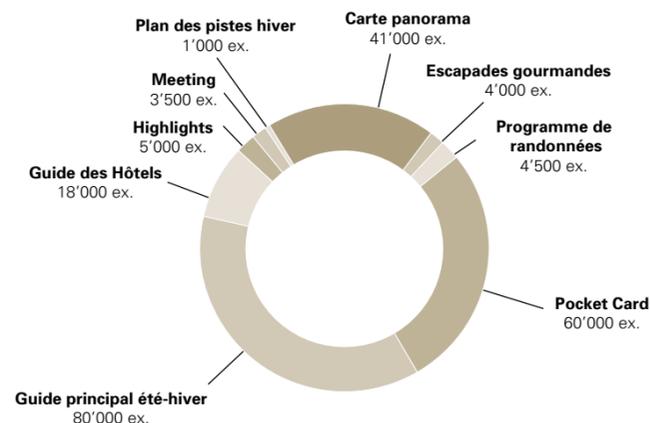


UTILISATION BROCHURE PRINCIPALE FRIBOURG REGION

	2011	2012	
Type d'utilisation			
Mailings + coupons	7%	7%	→
Mailing House (ST) + casier ZH	9%	8%	→
Salons - actions promotionnelles	10%	3%	↘
Restoroutes A1 + A12	19%	19%	→
Partenaires touristiques	49%	58%	↗
Divers	6%	5%	→
Total	100%	100%	

	2011	2012	
Type d'utilisateurs			
FRIBOURG REGION	42%	34%	↘
Partenaires touristiques	49%	58%	↗
ST	9%	8%	→
Total	100%	100%	

BROCHURES DISTRIBUÉES EN 2012



4.5. Information clients par Internet

4.5.1. Internet

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

Afin de disposer d'une présence encore plus innovante et interactive sur le net, la nouvelle page de FRIBOURG REGION et de ses 7 partenaires est mise en ligne en juillet - une refonte de la plateforme Internet effectuée en collaboration avec Suisse Tourisme.

En 2012, plus de deux millions d'utilisateurs visitent les huit sites de la plateforme FRIBOURG REGION, soit une augmentation de près de 6,8% par rapport à 2011. La Gruyère comptabilise le plus de visiteurs. A noter que le site Internet www.fribourgregion.ch enregistre une baisse de 12,34%; la réduction s'explique par le lancement commun de la nouvelle page et la difficulté des moteurs de recherche à associer de façon correcte les nouveaux mots-clés.

Voici ci-après les principaux constats pour le site www.fribourgregion.ch. Les visiteurs proviennent en majorité de la Suisse (78%), suivie par la France (9%) et l'Allemagne (3,2%). Les utilisateurs arrivent sur le site: directement (15%), par un lien (21,5%) et par un moteur de recherche (plus de 60%); ils passent en moyenne 2 minutes et 16 secondes sur le site et consultent trois pages. Il s'agit là d'une bonne moyenne! La page la plus visitée est celle des «Activités». L'intérêt se focalise ensuite pour les personnes de langue française sur les pages «Concours» et «Calendrier des manifestations», les personnes de langue allemande «Destinations» et «Nouveautés» et les hôtes de langue anglaise sur les rubriques «Destinations» et «Manifestations».

Depuis l'automne, FRIBOURG REGION et ses partenaires bénéficient d'un Web mobile; les rubriques du site Internet sont adaptées à la navigation sur smartphone.

4.5.2 Web 2.0

Internet ne se limite pas actuellement à la mise à jour des pages Internet mais comprend aussi les domaines du «Web 2.0» dont l'importance va croissante.

FRIBOURG REGION dispose d'une page de fans sur Facebook, d'un compte sur Twitter et se trouve sur Youtube. Les internautes peuvent aussi communiquer virtuellement

avec FRIBOURG REGION par le Blog. Depuis le lancement en juillet, 1'627 images de la région ont été téléchargées sur Flickr; soit 62'000 photos visionnées, 136 enregistrées dans les favoris et seules 15 non encore consultées. La page Facebook compte 6'542 fans, soit une augmentation de 34% en une année.

Nouveauté en décembre, un calendrier de l'Avent offre en ligne 24 surprises aux visiteurs du site FRIBOURG REGION. 4'005 personnes (16'600 clicks) s'inscrivent au concours dont le gagnant du prix principal se voit remettre un bon pour un week-end en Gruyère.

4.5.3. Application FRIBOURG REGION

En juillet, FRIBOURG REGION lance un nouveau guide de voyage sous forme d'application. Présentée en première romande à l'échelle d'une région touristique, l'application pour mobiles regroupe l'ensemble des informations utiles à un séjour dans le canton. Plus de 3'000 téléchargements sur Android, iPhone et iPod Touch sont dénombrés à ce jour.

4.5.4. Newsletter

Instrument de marketing important, la Newsletter est envoyée en trois langues (allemand, français, anglais) à plus de 20'000 destinataires. Les hôtes intéressés sont ainsi informés - à dix reprises en 2012 - des nouveautés, offres et manifestations phares de la région.

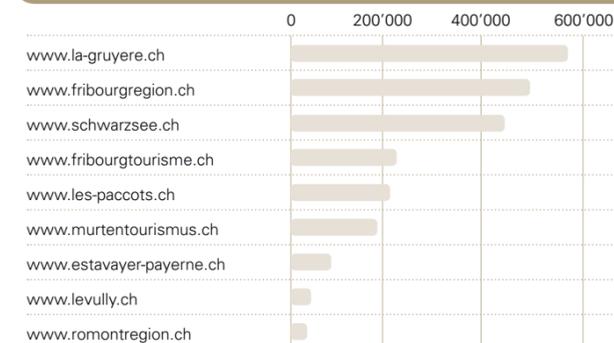
4.5.5. Sur la voie du succès avec TOMAS®

Pour faciliter la réservation des offres de FRIBOURG REGION, l'UFT et les organisations touristiques régionales travaillent avec le système de réservation en ligne TOMAS®. Onze mois après sa mise en service, cette nouvelle plateforme génère un chiffre d'affaires de plus de CHF 1'059'000.- pour 3'660 réservations. Plus de 60 hôtels du canton peuvent être réservés sur ce système.

En plus des hôtels, quelques appartements, maisons de vacances et chambres d'hôtes sont recensés et réservables ainsi sur TOMAS®.



VISITES 2012





VISION 2030

5. DÉVELOPPEMENT STRATEGIQUE

Vision 2030 – la stratégie de développement du tourisme fribourgeois – exige un tourisme doux et durable, privilégiant la valorisation du patrimoine naturel et culturel du canton de Fribourg et les caractéristiques propres de ses régions géographiques. Téléchargeable sur le site de l'UFT, le document de référence esquisse un système de management global pour la destination FRIBOURG REGION et explique les mesures nécessaires à sa concrétisation.

Durant sa phase de lancement, le programme de réalisation Vision 2030 s'est concentré sur une large sensibilisation de la population et des professionnels du tourisme. Dans le cadre du projet Enjoy Switzerland, initié par Suisse Tourisme, une consultation des milieux liés au tourisme a permis de mener une réflexion sur la manière de rendre le séjour d'un touriste parfait. Le rapport de synthèse du projet Enjoy Switzerland, arrivé à terme en mai 2012, liste - tout comme le document cadre de Vision 2030 - une série de mesures pour améliorer l'information, l'accueil et la qualité des prestations touristiques de FRIBOURG REGION. Les objectifs ainsi élaborés sont intégrés dans le plan quinquennal 2012-2016 de réalisation de Vision 2030.

5.1. Trois axes prioritaires

Concrétiser Vision 2030 nécessite un certain nombre de restructurations et d'améliorations à la fois sur le plan cantonal, régional et local. Pour la période 2012-2016, les objectifs stratégiques s'articulent autour de trois axes prioritaires:

- la sensibilisation de la population et des prestataires touristiques;
- l'amélioration de l'offre touristique fribourgeoise;
- l'intégration de l'offre sur le plan interrégional, voire intercantonal.

Dans leur ensemble, les mesures Vision 2030 visent à consolider un management de destination fournissant les conditions-cadres aptes à moderniser et renforcer l'offre de FRIBOURG REGION, conformément aux exigences des marchés définis comme prioritaires.

5.1.1. Sensibilisation de la population et des prestataires

Dans la suite de la dynamique créée par Enjoy Switzerland, l'UFT entreprend durant 2012 plusieurs actions concrètes de sensibilisation:

- soutien à la région des Lacs dans la préparation d'un grand événement musical international annuel, fédérateur de l'ensemble des acteurs touristiques;
- association des directrices et directeurs des Organisations touristiques régionales (OTR) à ses actions de promotion;
- visites systématiques du Président et du Directeur aux Comités des OTR et présence à la majorité des assemblées générales des Sociétés de développement;
- simplification du Pass PROtourism donnant l'accès gratuit aux offres touristiques de FRIBOURG REGION pour les collaboratrices/teurs des divers prestataires membres.

Afin de démontrer l'importance économique du tourisme et des tendances de son développement, un observatoire du tourisme se met en place. Des négociations entamées en 2012 avec l'autorité cantonale de la protection des données et les instances qui collectent les données touristiques devront permettre dès 2013 la publication en ligne d'un ensemble d'indicateurs-clés.

5.1.2. Amélioration de l'offre

Les régions poursuivent l'amélioration de la mise en scène touristique. L'Association des 4C « Charmey Tourisme » bénéficie par exemple d'un soutien Vision 2030 pour revoir son concept d'accueil. La plupart des régions retravaillent leurs concepts d'information et d'accueil (totems, bornes informatiques, signalisation).

En partenariat avec l'Etat de Fribourg, l'UFT propose une mesure d'incitation de développement durable: le soutien aux programmes de certification durable ibex Fairstay et Ecolabel européen auxquels un premier groupe d'hôteliers s'intéresse. L'UFT elle-même débute le processus de renouvellement de la certification QII – le label de qualité du tourisme suisse.

5.1.3. Intégration de l'offre

L'UFT procède à une importante restructuration de ses services, le nouveau département Incoming remplace le Business Development. L'Incoming a pour missions principales d'intégrer l'offre touristique, de créer un grand choix de forfaits interrégionaux réservables via le site de FRIBOURG REGION et d'optimiser le conseil pour les demandes groupes. Le nouveau département s'occupera également de la gestion des groupes de touristes avec contraintes administratives particulières, dont ceux en provenance de la Chine en voyage d'études.

Les échanges entre les professionnels du tourisme sont renforcés avec la mise en place du Réseau PROtourism. Dans un premier temps axé sur les échanges de best practices et des conférences thématiques, ce réseau ambitionne de devenir à terme un véritable cluster du tourisme fribourgeois. La coopération intercantonale est activement soutenue; l'Organisation touristique régionale d'Estavayer-le-Lac coopère avec Payerne, Morat et Estavayer-le-Lac participant à la coopération marketing Jura3Lacs.

Devant les contraintes et opportunités d'un tourisme fortement périurbain (Berne-Zurich et Lausanne-Genève), les restructurations emmenées par Vision 2030 permettent à l'UFT de concentrer son action encore davantage sur les marchés de proximité: 63% des hôtes proviennent de la Suisse, 27% des pays européens (Allemagne, France, Italie, Espagne, Grande-Bretagne). De par sa situation géographique entre les grands centres d'habitation, la région fribourgeoise a acquis la réputation d'un excellent espace de loisirs; l'excursionnisme est ainsi la base de son développement touristique. Pour permettre à FRIBOURG REGION un développement durable et maîtrisé face à ces multiples attentes, le plan quinquennal 2012-2016 de Vision 2030 met l'accent sur la canalisation des flux vers les pôles touristiques cantonaux et régionaux existants.

RANDONNÉE

6. RÉSEAUX DE RANDONNÉE

6.1. Réseaux cyclotouristique, rollers et VTT

FRIBOURG REGION, avec Suisse Mobile, offre:

- un réseau cyclotouristique de 3 itinéraires nationaux, 9 itinéraires régionaux et 4 itinéraires locaux;
- une route nationale «rollers» (n°1 Mitteland Skate);
- un itinéraire VTT (n°2 – Panorama Bike).

Avec la collaboration du Service vaudois de la mobilité, deux nouvelles étapes (n°99 Lausanne-Romont et Romont-Laupen) prolongent la Route du cœur/Herzroute; cette dernière en compte désormais 7, reliant Lausanne à Zug.

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

6.2. Réseau pédestre

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

Le réseau pédestre officiel comprend désormais 1'775 km d'itinéraires dont environ 1'578 km de chemins de randonnée pédestre, 177 km de chemins de randonnée de montagne et 20 km de chemins de randonnée alpine.

Au cours de 2012, le team des baliseurs - fort de 16 personnes, s'active aux tâches de contrôle de la signalisation et des infrastructures du réseau pédestre ainsi que de la mise en conformité de son balisage. Des mandats spéciaux sont conclus pour un soutien complémentaire avec l'Association fribourgeoise de randonnée pédestre ou dans le cadre du contrôle et balisage de secteurs particulièrement difficiles avec le CAS la Gruyère.

En vue de satisfaire la population locale et les hôtes, un investissement conséquent de la part des communes, des offices de tourisme ou associations régionales parfois, est consenti chaque année à l'amélioration des itinéraires. Petit tour d'horizon des travaux entrepris:

- d'importantes améliorations sur le territoire des Communes de: Schmiten, Wünnewil-Flamatt, Heitenried, Bösingen, Kleinbödingen, Gurmels, Plaffeien, Fribourg, Gruyères, Charmey, Bulle, Broc, Châtel-St-Denis, La Roche;
- le balisage de la première étape du Sentier du lac de la Gruyère, Broc-Corbières (financement du matériel par l'Association Sentier du lac de la Gruyère);
- le renouvellement de la signalisation sur l'ensemble du territoire de la commune de Plaffeien;
- la mise aux normes dans l'Intyamon de l'itinéraire du réseau principal Bulle-Montbovon;
- la mise en conformité de la seconde étape du Grand Tour du Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut (financement du matériel par le Parc).



Relevons encore la réalisation à St-Ours d'un panneau d'information présentant régionalement les offres sur le réseau pédestre; un premier panneau dont plusieurs exemplaires devraient suivre dans les pôles touristiques cantonaux.

La mise en conformité du balisage selon les normes et recommandations édictées par Suisse Rando et l'OFROU se poursuit sur plusieurs années.

L'utilisation plus large des champs d'itinéraires – regroupement géographique de sentiers locaux – les démarque clairement des autres itinéraires d'un même réseau: cet usage permet un meilleur suivi du parcours, une promotion voire commercialisation efficace à long terme et assure leur entretien. Citons à ce titre le Tour du Gottéron, le Grand Tour ou le sentier du lac de la Gruyère. Ce dernier s'est vu décerné par l'Association Suisse Rando du Prix Rando 2012; ce 1er prix, doté de 15'000.- francs, récompense l'Association Sentier du lac de la Gruyère pour la construction exemplaire de ce chemin de randonnée.

L'avancement des travaux dépend notamment des moyens financiers à disposition des partenaires et des ressources humaines disponibles pour leur réalisation. La sécurité sur le réseau, la qualité de l'entretien et la diminution des tronçons asphaltés demeurent des objectifs prioritaires pour renforcer l'attractivité de nos sentiers.

Le réseau pédestre est désormais consultable sur les sites «suissemobile.ch» (itinéraires 2-3-4-71-78-81 et Sentier du lac de la Gruyère) et «geo.admin.ch» où des extraits de carte peuvent être imprimés gratuitement. La mise à jour des sites s'effectue une fois par an.

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

6.3. Collaborations et formation

En collaboration avec Suisse Rando, trois événements jalonnent l'année pédestre de FRIBOURG REGION:

- Plusieurs collaborateurs du service technique suivent en avril le cours de balisage à Flüelen; en 2013, le cours sera organisé en Romandie à l'intention des collaborateurs francophones.
- L'excursion technique annuelle de Suisse Rando, regroupant les responsables techniques de l'ensemble des cantons, se déroule en juin en Gruyère.
- La réunion annuelle des présidents et responsables romands des associations de randonnée pédestre se tient à Fribourg en novembre. La conseillère d'Etat Isabelle Chassot, le président de l'Association fribourgeoise de randonnée pédestre et le président de l'UFT accueillent notamment le président et la vice-présidente de Suisse Rando, Peter Jossen et Adèle Thorens Goumaz, ainsi que son directeur, Christian Hadorn. L'organe fédérateur soutient les associations ou cantons dans les tâches confiées par la Loi fédérale sur les chemins pour piétons et les chemins de randonnée pédestre (LCPR), en vue de la réalisation d'un réseau pédestre de qualité.

RÉSEAUX DE CHEMINS PÉDESTRES (KM)

DISTRICTS	RANDONNÉE PÉDESTRE	RANDONNÉE MONTAGNE	RANDONNÉE ALPINE
-----------	--------------------	--------------------	------------------

Gruyère	505	160.3	19
Singine	390	11.4	1.3
Sarine	208		
Veveyse	131	5.4	
Broye	130		
Lac	122		
Glâne	92		

Total	1'578	177.1	20.3
--------------	--------------	--------------	-------------

MERCI

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

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

Edition, rédaction et mise en page

Union fribourgeoise du Tourisme

Conception graphique

Agence Nuance
Matran

Impression

Canisius Impression & Graphisme
Fribourg

© Copyrights photos

Sandra Mumprecht, Atelier Mamco, Pierre Repond, Nuno Grilo, Hôtel Cailler, Maison Cailler, Charly Rappo, Raw King Photo, Franz & René, Nik Robb, Franck Auberson, Daniel Zimmerman, David Schweizer, UFT

Reproduction des textes et tableaux autorisée avec mention de la source

Deutsche Version beim FTV anfordern

Imprimé sur papier certifié FSC



ORGANES MEMBRES

MEMBRES D'HONNEUR

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

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

COMITÉ

(période statutaire: 01.07.09 - 01.05.14)

PRÉSIDENT	Élection
Jean-Jacques MARTI Directeur adjoint de l'Union patronale du canton de Fribourg, Fribourg	2007

VICE-PRÉSIDENT	
Tobias ZBINDEN Restaurateur, Marly	1993

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

MEMBRES DE DROIT

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

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

ETAT AU 01.01.2013



MEMBRES DE DROIT

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT (Présidents)	
Broc	Olivier BOSCHUNG
Bulle	David SEYDOUX
Charmey - Châtel - Cerniat - Crésuz	Félix GROSSRIEDER
Cheyres/Châbles	Philippe PILLONEL
Delley/Portalban/Gletterens	Daniel WASER
Düdingen	Manfred WAELCHLI
Gruyères/Molésion	Monique DURUSSEL
Intyamon	Ariane FAVRE
Jaun/Im Fang	Beat BUCHS
Kerzers	Beat MOENCH et Urs WALTHER
Lac de la Gruyère	Eric BROCCARD
Le Vully	Christophe DUPASQUIER
Murten/Morat	Marianne SIEGENTHALER

MEMBRES ACTIFS

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

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

COMITÉ DE GESTION

PRÉSIDENT

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

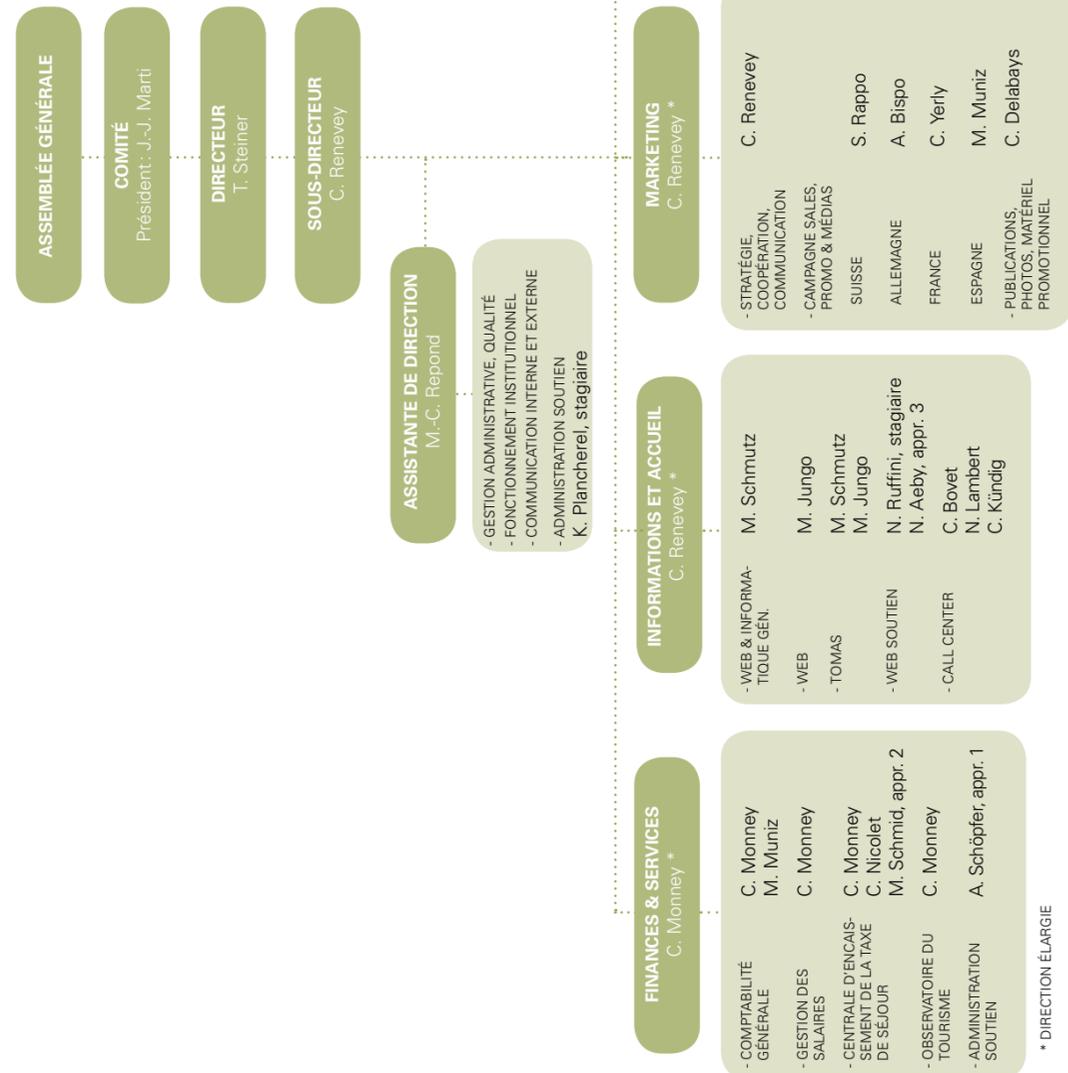
MEMBRES

Daniel BERSET	Trésorier d'Etat, Fribourg
Michel CHEVALLEY	Préfet de la Veveyse, Châtel-St-Denis
Christiane FELDMANN	Morat
Edgar JEITZINER	Président de la Direction de la BCF, Fribourg
Nicole LEHNER-GIGON	Députée, Massonnens
André LOSEY	Vice-syndic, Estavayer-le-Lac
Jean-Jacques MARTI	Président de l'UFT, Fribourg
Marie-France ROTH-PASQUIER	Conseillère communale, Bulle
Stéphane SCHLAEPPY	Hôtelier, Charmey
Rudolf VONLANTHEN	Député, Giffers

SECRÉTARIAT

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

ETAT AU 01.01.2013



* DIRECTION ÉLARGIE

ETAT AU 01.01.2013



COMPTES 2012

BILANS

ACTIFS		01.01.2012	31.12.2012	
Caisse		1'216.45	540.80	
Poste 17-1056		438'986.35	782'933.05	
Poste 17-7212		531'921.83	83'327.98	
Banques		205'504.84	351'884.37	
Actifs transitoires		16'992.45	16'136.90	
Titres		1.00	1.00	
Débiteurs		308'244.61	373'029.49	
Machines et mobilier UFT		1.00	1.00	
Machines et mobilier Info A1/A12		1.00	1.00	
Immeubles Villars-s-Glâne	01.01.2012	1'262'161.40	1'243'161.40	31.12.2012
Rez	1'095'780.00			1'095'780.00
1 ^{er} sous-sol	934'278.22			934'278.22
/. Amortissements	767'896.82			786'896.82
Antenne A12	01.01.2012	175'000.00	164'000.00	31.12.2012
Servitude	300'000.00			300'000.00
/. Amortissements	125'000.00			136'000.00
TOTAL DES ACTIFS		2'940'030.93	3'015'016.99	

PASSIFS

Créanciers	231'810.91	303'368.80
Passifs transitoires	255'125.16	281'759.11
Emprunts immobiliers UFT		
-Prêt hypothécaire	1'085'000.00	1'055'000.00
-c/c hypothécaire	- 16'257.75	- 19'435.85
Fonds affectation limitée «Vision 2030»	791'647.33	681'824.60
Fonds de réserve ordinaire	180'430.94	211'029.23
Provisions	24'000.00	124'000.00
Fonds « Prestations en faveur des hôtes »	137'632.75	206'076.05
Capital	30'000.00	30'000.00
Bénéfice / Déficit (-) sur exercice ordinaire	152'198.29	71'797.95
Bénéfice / Déficit (-) sur taxes de séjour	68'443.30	69'597.10
TOTAL DES PASSIFS	2'940'030.93	3'015'016.99

Remarques

Engagement hors bilan : un engagement (virtuel) de garantie existe envers la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat pour un montant au 31.12.2011 de CHF 456'868.00.- et pour un montant de CHF 842'088.00.- en cas de résiliation de l'affiliation.

GESTION DU FONDS CANTONAL DE MARKETING COORDONNÉ

COMPTABILISATION PAR PROJET	CHARGES	RECETTES
Contribution de l'Etat		550'000.00
Solde 2010		817.01
Participations des partenaires, solde technique	2'860.50	
ETE international / ST	55'998.00	30'152.85
FAMILLE international / ST	7'090.20	3'817.80
WELLNESS / ST	7'090.20	3'817.80
SWISS CITIES / ST	14'359.10	7'731.85
FRANCE / ST	32'175.00	17'325.00
DEUTSCHLAND / ST	45'601.90	24'554.90
SUISSE Fribourg Région	96'372.25	51'892.75
HIVER international / ST	19'500.00	10'500.00
BUSINESS	13'323.55	7'174.20
MEDIAS	15'830.95	8'524.40
Projets communs	53'765.70	28'950.60
Projets propres	185'362.00	99'810.25
Subtotal, investissements des régions		294'252.40
Financements par le Fonds	549'329.35	
Solde 2012 à reporter	1'487.66	
TOTAUX	550'817.01	845'069.41

COMPTABILISATION PAR OFFICE BÉNÉFICIAIRE	CHARGES	RECETTES
Contribution de l'Etat		550'000.00
Solde 2010		817.01
Participations des partenaires, solde technique	2'860.50	
OTR Châtel-St-Denis	59'882.75	32'244.55
OTR Estavayer-le-Lac	65'842.05	35'453.40
OTR Fribourg	95'866.65	51'620.50
La Gruyère Tourisme	132'213.05	71'191.65
Association régionale du Lac	78'094.35	42'050.80
OTR Romont	35'249.95	18'980.75
OTR Schwarzsee	79'320.05	42'710.75
Subtotal, investissements des régions		294'252.40
Financements par le Fonds	549'329.35	
Solde 2012 à reporter	1'487.66	
TOTAUX	550'817.01	845'069.41

Remarques:

1. Les contributions du Fonds en soutien des projets régionaux prennent en compte, à hauteur de 30 % des coûts effectifs de ceux-ci, le travail de préparation et de suivi assumé par les offices concernés.
2. Conformément aux dispositions transitoires de la loi, le soutien du Fonds aux projets des régions s'est élevé en 2012 à 50 % de l'ensemble de leurs coûts.
3. Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets des régions à hauteur de CHF 292'000.00.
4. En plus de la gestion du Fonds, les services de l'UFT assument - dans le contexte des travaux de la Conférence des directeurs régionaux (COD) - l'ensemble des tâches de planification, de coordination et de conduite des projets.
5. Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome.
6. En vertu des dispositions légales (RELT art. 30), 50% des avoirs disponibles à fin 2012 seront attribués à l'UFT qui les engagera dans ses activités générales de promotion et de marketing cantonal. Le solde sera reporté sur l'exercice 2014 du Fonds.



COMPTE DE FONCTIONNEMENT

	BUDGET 2012		COMPTES 2012	
Recettes				
Contributions de l'Etat de Fribourg		1'975'000.00		1'975'000.00
Cotisations des membres collectifs		39'200.00		39'900.00
Emolument de perception de la TS		106'400.00		111'138.00
Emol. pour service d'accueil-info-équipements		399'000.00		416'769.00
Attribution TS pour Antenne A1		240'000.00		240'000.00
Attribution TS pour Antenne A12		240'000.00		240'000.00
Attribution TS à Supports d'information		81'000.00		81'000.00
Attribution TS à Réseaux de randonnée		60'000.00		60'000.00
		3'140'600.00		3'163'807.00
Recettes d'exploitation				
Recettes commerciales + Online Booking		3'000.00		41'614.25
Ventes de publications et marchandises	5'000.00	8'100.00	3'879.90	6'553.30
Commissions et prestations de services		77'500.00		116'852.05
	5'000.00	88'600.00	3'879.90	165'019.60
Marketing				
Publicité / Key Media Management		362'000.00		361'437.42
Internet / e-Commerce		71'000.00	18'000.00	115'018.36
Revendeurs / Salons / Key Acc. Management		234'000.00	29'000.00	198'276.69
Publications / Matériel de communication		186'000.00	62'000.00	178'762.15
Logistique et divers		38'000.00		36'033.70
		891'000.00	109'000.00	889'528.32
Développement touristique				
Sensibilisation / RP internes		43'000.00		39'978.10
« Service cantonal du tourisme »		15'500.00		20'659.65
		58'500.00		60'637.75
Réseaux de randonnée				
Gestion et entretien des réseaux		178'200.00	20'000.00	191'420.60
		178'200.00	20'000.00	191'420.60
Personnel, administration et information				
Traitements et charges sociales		1'872'000.00		1'901'928.60
Assurances		5'000.00		9'476.30
Frais généraux d'administration		217'500.00		219'972.27
Loyer et charges locatives		99'000.00		99'000.00
Organes de l'UFT		36'500.00		32'750.75
Divers et TVA		21'000.00		29'545.80
		2'251'000.00		2'292'673.72
Charges et produits extraordinaires				
Intérêts et produits divers		1'500.00		35'522.81
Charges extraordinaires		16'000.00		14'393.57
Charges et produits immobiliers		95'000.00	135'000.00	103'174.55
		111'000.00	136'500.00	117'568.12
TOTAL INTERMÉDIAIRE		3'494'700.00	3'494'700.00	3'555'708.41
RÉSULTAT D'EXPLOITATION				71'797.95
TOTAL		3'494'700.00	3'494'700.00	3'627'506.36

Propositions à l'Assemblée générale:

- a) CHF 50'000.00 augmentation de la provision existante pour réaménagements des antennes des restoroutes A1 et A12.
- b) CHF 21'797.95 solde de l'exédent de produits: affectation au fonds de réserve ordinaire.

	BUDGET 2012		COMPTES 2012	
Taxe cantonale de séjour		1'330'000.00		1'389'230.10
./ Annulations, amortissements, remboursements	1'500.00		1'132.90	
+ Annulations, amortissements, remboursements		1'000.00		231.90
Commission d'encaissement aux SD	11'000.00		4'781.95	
Frais de perception et de statistiques	106'400.00		111'138.00	
Prestations en faveur des hôtes				
Serv. UFT accueil - information - équipement	399'000.00		416'769.00	
Antenne Info A1, coûts fixes	240'000.00		240'000.00	
Antenne Info A12, coûts fixes	240'000.00		240'000.00	
Part TS à Supports et communic. Info	81'000.00		81'000.00	
Autres prestations en faveur des hôtes				
Exploitation Antenne A12	23'700.00		21'671.00	
Exploitation Antenne A1	30'700.00		26'772.05	
Subventions annuelles aux OTR	102'600.00		102'600.00	
Autres prestations en faveur des hôtes	23'600.00		14'000.00	
Part TS à Equipements de randonnée	60'000.00		60'000.00	
TOTAL INTERMÉDIAIRE	1'319'500.00	1'331'000.00	1'319'864.90	1'389'462.00
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	11'500.00		69'597.10	
TOTAL	1'331'000.00	1'331'000.00	1'389'462.00	1'389'462.00

Proposition à l'Assemblée générale:

Excédent de produits de CHF 69'597.10 : affectation au fonds «prestations en faveur des hôtes».



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

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de fonctionnement et compte de taxes de séjour) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2012.

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

Notre révision a été effectuée selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme 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 auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ne font pas partie de ce contrôle.

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

Fiduciaire Cuennet Sàrl

David Cuennet
Réviseur responsable
Réviseur agréé

Jean-Marie Tinguely
Expert-réviseur agréé

Bulle, le 22 février 2013

Annexes : comptes annuels

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

Membre FIDUCIAIRE SUISSE

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



Union fribourgeoise du Tourisme

Route de la Glâne 107

Case postale 1560

1701 Fribourg

T +41 (0)26 407 70 20

F +41 (0)26 407 70 29

secretariat@fribourgregion.ch

www.fribourgregion.ch

 www.facebook.com/fribourgregion

 www.twitter.com/fribourgregion

