

Rapport d'activité Tätigkeitsbericht



Sommaire

Inhaltsverzeichnis

Avant-propos Vorwort	03
Observatoire fribourgeois du tourisme Freiburger Tourismus-Observatorium	04
Activités institutionnelles Institutionelle Aktivitäten	06
Marketing Marketing	10
Faits marquants 2020 Wichtige Ereignisse 2020	16
Réseaux de randonnée Freizeitwegnetz	18
Merci Danksagung	22
Organes et membres Organe und Mitglieder	24
Comptes 2020 Rechnung 2020	26

AVANT-PROPOS | VORWORT



Jean-Pierre Doutaz
Président de l'UFT
Präsident des FTV

Le voyage nommé désir Sehnsucht Reisen

Le tourisme mondial perd 1'155 milliards de francs en 2020 en raison des restrictions de voyages imposées par la pandémie. Avec une chute vertigineuse de 74% des arrivées de touristes dans le monde par rapport à 2019, la branche enregistre la pire année de son histoire!

Cette crise impacte le tourisme fribourgeois dans son ensemble. Les organisations touristiques se mobilisent aux côtés des associations faitières pour défendre les intérêts du secteur et rappeler son importance économique. Face à la baisse des nuitées commerciales, le Comité de l'UFT se voit notamment contraint d'adopter un budget de crise.

Deux importantes décisions ponctuent toutefois de manière positive l'année 2020. La signature tant attendue d'une convention avec Airbnb assure de l'encaissement automatique de la taxe de séjour par la plateforme de réservation. Le Conseil d'Etat valide le projet de révision totale de la Loi sur le tourisme et offre à la branche un précieux outil pour affronter les nombreux défis à venir...

2020 musste der weltweite Tourismus aufgrund der Reisebeschränkungen durch die Pandemie Verluste in Höhe von 1'155 Milliarden Franken einstecken. Mit einem weltweit schwindelerregenden Rückgang der Touristenankünfte von 74% gegenüber 2019 erlebte die Branche das schlechteste Jahr ihrer Geschichte.

Die Krise betraf den gesamten Freiburger Tourismus. Die touristischen Organisationen mobilisierten sich an der Seite der Dachverbände, um die Interessen der Branche zu verteidigen und an ihre wirtschaftliche Bedeutung zu erinnern. Angesichts des Rückgangs der Logiernächte im Zusammenhang mit Geschäftsreisen war der Vorstand des FTV unter anderem gezwungen, ein Krisenbudget zu verabschieden.

Zwei wichtige Beschlüsse haben das Jahr 2020 dennoch positiv geprägt: Die lang ersehnte Unterzeichnung eines Vertrages mit Airbnb, der das automatische Inkasso der Aufenthaltstaxe direkt über die Reservierungsplattform sicherstellt. Und die Validierung des Entwurfs für die Totalrevision des Gesetzes über den Tourismus, ein wertvolles Instrument für die Branche, um die zahlreichen Zukunftsherausforderungen zu meistern...

Une question de survie Eine Frage des Überlebens

La pandémie de Covid-19 déploie ses effets en cascade sur l'ensemble de la chaîne touristique. Fermetures à répétition, restrictions d'ouverture, exigences sanitaires... plus que jamais les acteurs touristiques font preuve d'une capacité d'adaptation exemplaire.

Au niveau marketing, Fribourg Région met en place des campagnes sur mesure pour le marché suisse. Ces actions n'arrivent pas, en ville, à compenser l'arrêt brutal du tourisme d'affaires et l'absence d'événements. Les régions des Lacs et des Préalpes profitent par contre d'une forte fréquentation des Suisses restés au pays durant l'été et l'automne.

Afin de venir en aide à des prestataires en souffrance, l'Etat prend des mesures d'urgence et accorde des soutiens financiers ciblés. Le plan de relance de l'économie fribourgeoise lié à la pandémie se concentre de plus sur la pérennisation et le renforcement des activités touristiques. La création d'un réseau officiel cantonal de VTT devrait ainsi répondre aux besoins de mobilité, devenus de vrais enjeux post-confinement...



Pierre-Alain Morard
Directeur de l'UFT
Direktor des FTV

Die Covid-19-Pandemie entfaltet ihren Dominoeffekt in der gesamten touristischen Wertschöpfungskette. Wiederholte Schliessungen, Öffnungsbeschränkungen, Hygienekonzepte... mehr denn je stellten die Tourismusakteure ihre beispiellose Anpassungsfähigkeit unter Beweis.

Beim Marketing führte Fribourg Region zielgerichtete Kampagnen für den Schweizer Markt durch. Doch auch diese Massnahmen reichten nicht, um den abrupten und schonungslosen Einbruch des Geschäftstourismus und das Fehlen von Veranstaltungen in der Stadt auszugleichen. Die See- und Voralpenregionen waren bei den Schweizerinnen und Schweizern, die ihre Sommer- und Herbstferien im Land verbrachten, jedoch beliebte Reiseziele.

Um Leistungserbringern in Not zu helfen, traf der Staat Notfallmassnahmen und gewährte gezielte Finanzhilfen. Der Wiederankurbelungsplan für die Freiburger Wirtschaft im Zusammenhang mit der Pandemie konzentriert sich zudem darauf, die touristischen Aktivitäten zukunftssicher zu machen und zu stärken. So dürfte die Schaffung eines offiziellen kantonalen MTB-Netzes dazu beitragen, den Mobilitätsbedürfnissen gerecht zu werden, die nach dem Lockdown zu einer echten Herausforderung geworden sind.

1. Observatoire fribourgeois du Tourisme

1. Freiburger Tourismus-Observatorium

CHIFFRES CLÉS

Fribourg Région rejoint le triste bilan du tourisme national affiché en 2020. Les fermetures à répétition déploient leurs effets négatifs sur l'ensemble de la branche touristique, dont l'hébergement. Cette situation génère une forte baisse des nuitées malgré l'enthousiasme des Suisses pour découvrir leur pays.

Retrouvez les tableaux détaillés sur la version digitale :

www.fribourgregion.ch/rap2020

WICHTIGE ZAHLEN

Auch für die Region Freiburg gilt die triste Bilanz des nationalen Tourismus für das Jahr 2020. Die wiederholten Schliessungen entfalteten ihre negativen Effekte auf die gesamte Tourismusbranche, auch die Unterkünfte blieben nicht verschont. Diese Situation führte zu einem starken Rückgang der Logiernächte, trotz der Begeisterung der Schweizerinnen und Schweizer, ihr Heimatland zu entdecken.

Detaillierte Tabellen finden Sie in der digitalen Version:

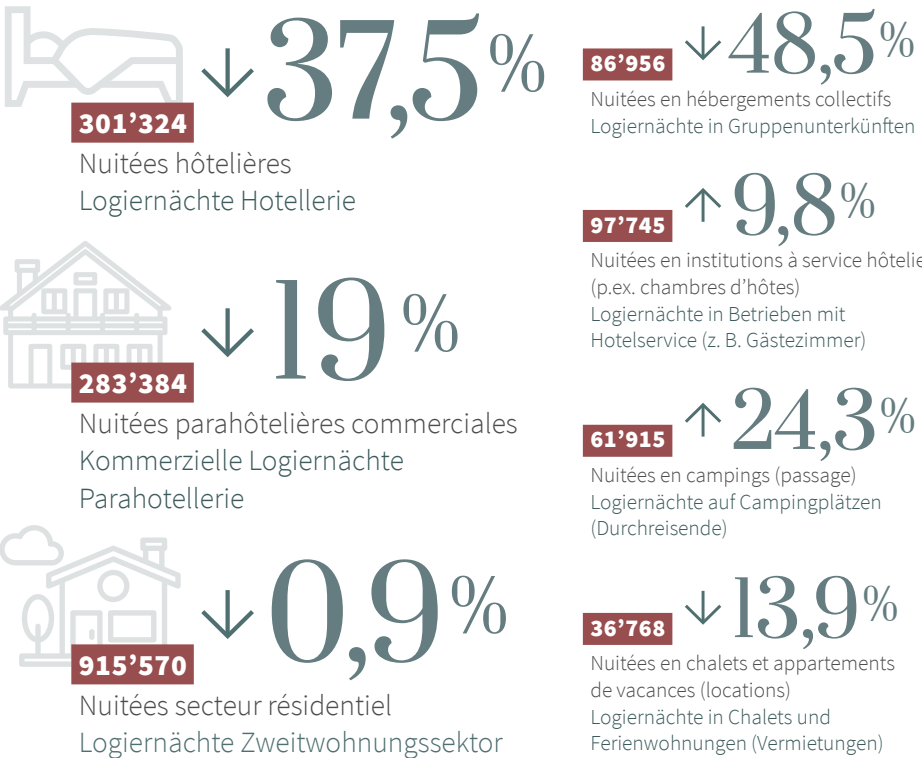
www.fribourgregion.ch/tbe2020

NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

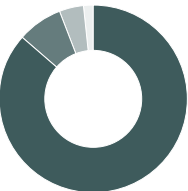
Le bilan global 2020 de Fribourg Région affiche une diminution de 13,8 % pour atteindre 1'481'525 nuitées. L'hôtellerie accuse une baisse sensible de 37,5 %, pour un total de 301'324 nuitées. Au niveau de la parahôtellerie, si la fréquentation des campings et chambres d'hôtes se veut réjouissante, l'absence de clientèle groupes affecte fortement les hébergements collectifs.

LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSTYP

Die globale Bilanz der Logiernächte in der Region Freiburg musste mit 1'481'525 einen Rückgang von 13,8 % verbuchen. Die Hotellerie verzeichnete einen deutlichen Rückgang der Logiernächte um 37,5 % auf insgesamt 301'324. In der Parahotellerie waren die Zahlen für die Übernachtungen auf Campingplätzen und in Gästezimmern erfreulich, das Fehlen von Gruppen wirkte sich jedoch stark auf die Gruppenunterkünfte aus.



PROVENANCE DES HÔTES ET PARTS DE MARCHÉ



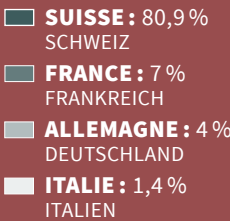
Hôtellerie

Principale part de marché, la clientèle suisse se renforce pour atteindre 81 %. Les nuitées des marchés de proximité reculent à l'image de la France (-45 %) et de l'Allemagne (-64 %).

GÄSTEHERKUNFT UND MARKTANTEILE

Hotellerie

Die Schweizer Gäste hatten mit 81 % den grössten Marktanteil. Die Logiernächte von Gästen aus den Nachbarländern nahmen ab, zum Beispiel jene von Gästen aus Frankreich (-45 %) und Deutschland (-64 %).



ACTIVITÉ PAR DISTRICT

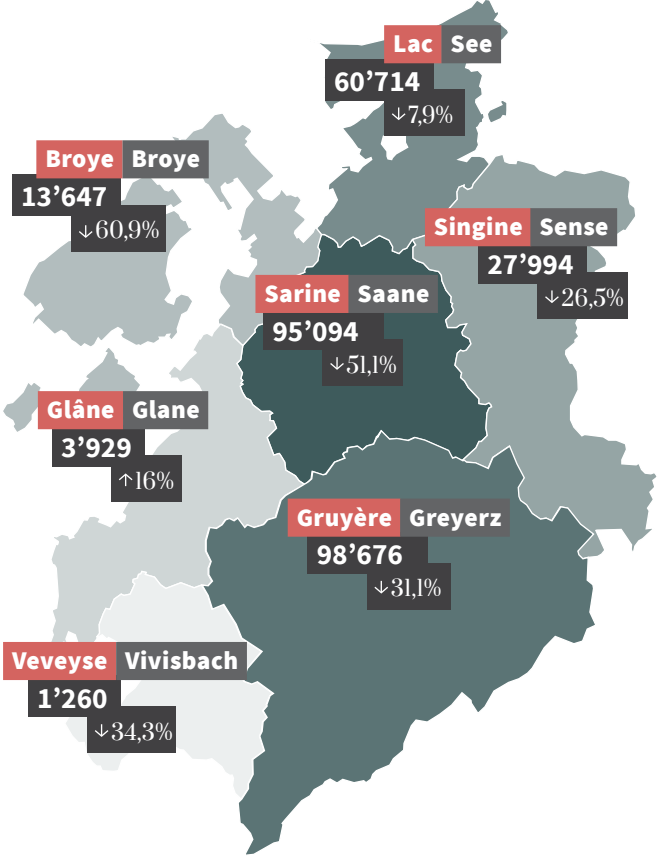
AKTIVITÄT NACH BEZIRK

Nuitées en hôtels

Les districts du Lac, de la Gruyère et de la Singine tirent leur épingle du jeu de juillet à octobre. La Sarine souffre en particulier de l'arrêt du tourisme d'affaires et la Broye du manque de groupes se déplaçant sur l'axe routier nord-sud.

Logiernächte in Hotels

Von Juli bis Oktober präsentierten die Bezirke See, Greyerz und Sense gute Resultate. Der Bezirk Saane litt besonders unter dem ausbleibenden Geschäftstourismus und der Broye-Bezirk unter dem Fehlen von Reisegruppen auf der Nord-Süd-Achse.

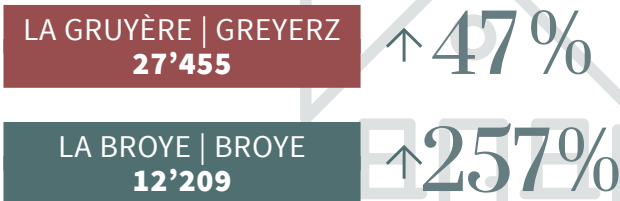


Nuitées en chambres d'hôtes

La recherche de lieux de petite taille et la signature de la convention entre l'UFT et Airbnb dopent les nuitées en chambres d'hôtes.

Übernachtungen in Gästezimmern

Die Suche nach kleinen Ferienorten und die Unterzeichnung der Vereinbarung zwischen dem FTV und Airbnb erhöhten die Zahl der Logiernächte in Gästezimmern.

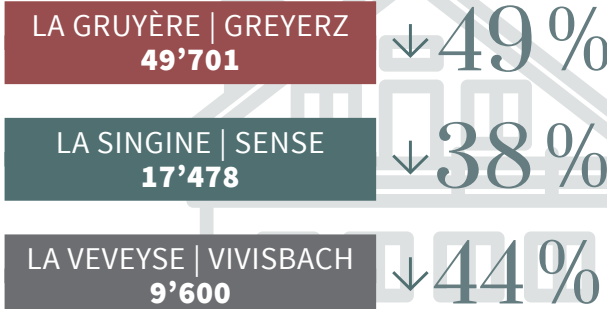


Nuitées en hébergements collectifs

De la suppression des camps scolaires, sportifs ou culturels résultent de fortes baisses des nuitées pour les hébergements collectifs – dans tous les districts.

Übernachtungen in Gruppenunterkünften

Die Absage von Schul-, Sport- oder Kulturlagern führte in allen Bezirken zu einem starken Einbruch der Übernachtungen in den Gruppenunterkünften.

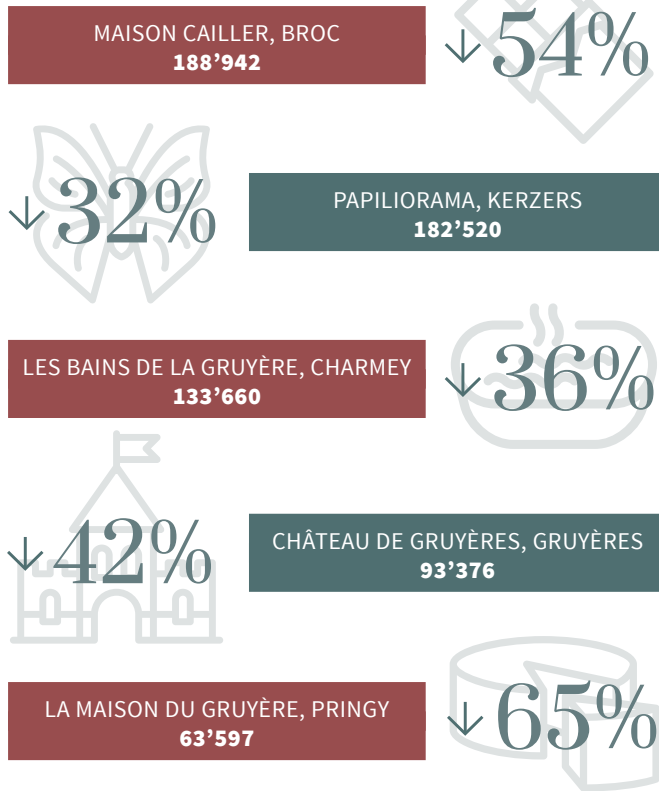


FRÉQUENTATION DES MUSÉES, LIEUX DE VISITE ET ATTRACTIONS TOURISTIQUES

Réduction des jours d'ouverture, suppression d'événements et absence de clientèle étrangère impactent sur la fréquentation des plus importantes attractions touristiques.

BESUCHE DER MUSEEN, ATTRAKTIONEN UND TOURISTISCHEN SEHENSWÜRDIGKEITEN

Reduzierte Öffnungstage, die Absage von Veranstaltungen und das Fehlen ausländischer Gäste wirkte sich auf die Besuchszahlen der wichtigsten touristischen Sehenswürdigkeiten aus.



2. Activités institutionnelles

2.1 POLITIQUE CANTONALE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

En 2020, l'avancement des projets stratégiques se fait en parallèle de la défense des intérêts touristiques face aux conséquences majeures d'une branche fortement touchée par la pandémie.

Bénéficiant du soutien d'Innotour, FIT'NG 2021, pour Fribourg Innovation Tourism for Next Generations, arrive à mi-parcours avec pour but d'adapter les pratiques des organismes touristiques à de nouvelles méthodes de travail. Un premier projet pilote a pour objectif de mettre en place un système de comptabilité commun en tenant compte des besoins des différentes entités. L'OTR de Romont et l'UFT s'engagent dans cette phase de réglage afin de disposer à terme d'un outil de gestion analytique, transparent et efficient.

Le SECO approuve à fin mars le rapport final du projet CheckIn-FR visant à simplifier les tâches administratives des instances concernées par la saisie et la transmission des données des hôtes. Le développement et l'optimisation de la plateforme se poursuivent, forts des expériences des hébergeurs. Support de la carte d'hôte cantonale, CheckIn-FR s'associe à l'action Kariyon destinée à soutenir le commerce de proximité. De mi-juillet à fin septembre, chaque hôte en séjour à Fribourg Région bénéficie d'un bon de 20 francs à faire valoir auprès des commerçants présents sur la plateforme kariyon.ch.

Le Conseil d'Etat valide en novembre le projet de révision totale de la Loi sur le Tourisme (LT) élaboré par le Groupe de travail ad hoc, en étroite collaboration avec la Direction de l'économie et de l'emploi. La période de mise en consultation de la nouvelle LT et du message l'accompagnant se termine à mi-février 2021. La loi et son règlement devraient entrer en vigueur après approbation du Grand Conseil et, dès 2022, pour le chapitre lié aux taxes de séjour.

L'arrêt pendant plusieurs mois des activités touristiques nécessite la mise en place par l'Etat de mesures économiques destinées à lutter contre les effets négatifs du coronavirus dans le domaine du tourisme. L'UFT participe de manière active à la mise en place de ces diverses mesures en faveur de l'hôtellerie, la parahôtellerie, des attractions touristiques et de la gastronomie. Le plan de relance apporte de plus un soutien ciblé aux manifestations d'envergure, à une campagne marketing incluant la mobilité ainsi qu'à la création d'un réseau officiel cantonal de vélo tout terrain (VTT).

2.2. ACTIVITÉS STATUTAIRES

Les mesures sanitaires liées à la Covid-19 entraînent l'annulation de la 95^e Assemblée générale de l'UFT. Les objets statutaires soumis aux membres par consultation électronique permettent de donner



décharge au Comité. Ce dernier se renforce par l'arrivée de trois nouveaux membres: Johanna Gapany - conseillère aux Etats et présidente de RMAF, Emmanuelle Sierro-Schenk - directrice de Compétences Bénévoles et Serge Collaud – nouveau directeur des Transports publics fribourgeois (TPF).

La baisse des nuitées commerciales contraint en avril le Comité à l'adoption d'un budget de crise dont les mesures touchent le marketing, l'administration et les RH. De son côté, Suisse Tourisme accorde dans le cadre des crédits fédéraux urgents, une note de crédit à faire valoir en 2020 et 2021 sur des actions promotionnelles tant en faveur de l'UFT que des OTR.

Le Comité adopte les nouveaux statuts de la SD Gruyères-Moléson-Broc incluant désormais dans son périmètre la commune de Broc. Les communes de Botterens-Morlon-Villarbeney ont rejoint la SD du Lac de la Gruyère en 2019 déjà. L'Association fribourgeoise des campings devient membre actif de l'UFT au même titre que les autres associations faîtières.

La Commission de marketing et promotion touristique planche sur son rôle et ses missions. Présidée par Serge Collaud et Johanna Gapany à la vice-présidence, elle comprend les représentants des associations faîtières, des régions et des spécialistes de la branche. En tant qu'organe de coordination, la commission œuvre en collaboration avec la COD afin de tendre à une vision commune pour le canton.

2.3. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Sur le thème de la randonnée, le rapport d'activité de l'UFT se décline en versions print et digitale. En l'absence d'Assemblée générale et après une année 2019 record au niveau des nuitées hôtelières, l'envoi du rapport s'accompagne d'un message de solidarité et de résilience face à la pandémie.

Limitée à deux éditions par souci budgétaire, la newsletter institutionnelle « Tourisme Info » bénéficie de très bons taux d'ouverture et de clic, supérieurs aux moyennes enregistrées dans la branche. Les anecdotes de Maria, partie à la retraite après 47 ans de fidélité à l'UFT, remportent le plus grand nombre de clics.

Au niveau des retombées médias, la conférence de presse de janvier relative à la signature de la convention avec Airbnb atteint un résultat historique avec 83 articles et 13 passages en radio-tv, soit un équivalent de plus de 5 millions de francs de valeur publicitaire! Les autres actions de communication portent sur le renforcement du Comité, la signature d'une nouvelle convention avec Fribourg Rando et les diverses actions de séduction sur le marché suisse.

2.4. LABELLISATIONS

Trois entreprises fribourgeoises obtiennent en 2020 le « niveau I » du label de qualité de la Fédération suisse du tourisme (FST) pour la 1^{re} fois: la Maison du Gruyère, Monte-Pente Corbetta SA et Hôtel de la Cascade à Jaun; l'Association Polybat gérant aux Paccots l'Eco Campus se voit labellisée QIII. Deux autres entreprises renouvellent leur certification QI.

Si la FST continue à assumer ses missions par rapport aux établissements certifiés jusqu'à la fin de la durée de validité de leurs labels, elle ne procédera plus à aucune nouvelle certification ou renouvellement. En effet, les feedbacks des clients postés sur les portails d'évaluation en ligne et les réseaux sociaux permettent de corriger directement les points sensibles. Baisse d'intérêt des établissements et manque de financement conduisent la FST à mettre fin au programme qualité sous sa forme actuelle à fin 2022.

En matière de développement durable, l'UFT participe au Groupe de travail NaTour de la FST afin d'échanger sur les actions et projets de durabilité des régions touristiques suisses. Dans le cadre de l'action « Bike to work », neuf collaborateurs et collaboratrices de l'UFT se rendent au travail à vélo ou à pied, soit 920 km parcourus.

2.5. ACTIONS DE SENSIBILISATION

Le Pass PROtourism permet à 840 acteurs du tourisme fribourgeois de découvrir plus de 80 offres gratuites et illimitées. Durant l'année, deux

newsletters rappellent aux détenteurs du Pass le contenu de leur précieux sésame, d'une valeur globale de CHF 1'200.-. Les rencontres du réseau PROtourism ne peuvent par contre avoir lieu en 2020 en raison des mesures sanitaires en vigueur.

L'UFT et quelques prestataires touristiques s'associent à la Croix-Rouge fribourgeoise afin de soutenir 60 familles défavorisées. Les entrées offertes devraient leur apporter un bol d'air frais en cette période de pandémie.

2.6. FONDS D'ÉQUIPEMENT TOURISTIQUE DU CANTON DE FRIBOURG (FET)

Le Comité de gestion du FET confirme en 2020 des engagements pluriannuels antérieurs à hauteur de 344'375 francs. Après examen des dossiers parvenus au secrétariat du FET assumé par l'UFT, il décide de l'octroi d'aides financières ordinaires, soit une prise en charge partielle d'intérêts, en faveur des bénéficiaires suivants:

- Hôtel Hacienda, Givisiez: réaménagement de l'hôtel et création d'un restaurant et de salles de séminaires;
- Hôtel Le Tonnelier, Bulle: rénovation totale de l'hôtel, de la brasserie et du restaurant;
- Hôtel St-Georges, Romont: reconstruction après incendie et agrandissement de la partie hôtelière;
- Hotel Bad Murtensee, Muntelier: réaménagement de l'hôtel;
- MS Attila: transformation du bateau MS Attila en un navire à passagers avec cabines et capitaine lounge.

Le Comité de gestion accorde également à la société « Télégruyère SA » une aide extraordinaire pour le renouvellement des commandes et appareillages électriques du funiculaire de Moléson et de la télécabine de Charmey.

Dans le cadre de l'ordonnance du 14 avril 2020 sur les mesures économiques destinées à lutter contre les effets du coronavirus dans le domaine du tourisme, le FET reçoit une contribution exceptionnelle de l'Etat à hauteur de 5 millions de francs, sous la forme d'une aide ordinaire et d'un assouplissement des conditions d'octroi. A ce titre, 68 prestataires touristiques de l'hôtellerie et de la parahôtellerie en particulier bénéficient d'un soutien de près de 4 millions de francs, dont la moitié versée en 2020.

La mise en place d'une nouvelle plateforme www.fet-tff.ch développée dans l'urgence au printemps permet le traitement rapide des dossiers Covid-19 et sert dorénavant d'outil pour le dépôt des dossiers auprès du FET.

2.7. CENTRALE FRIBOURGEOISE D'ENCAISSEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR

L'ensemble des sociétés de développement du canton, soit dix-sept, confie à la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour un mandat de recouvrement des taxes.

Après deux ans de négociation, l'UFT signe une convention avec Airbnb pour la perception automatique de la taxe de séjour par la plateforme de réservation, une première en Romandie. Airbnb rétrocède la taxe par décompte trimestriel à l'UFT, simplifiant ainsi les charges administratives.

La taxe de séjour apporte les moyens nécessaires au financement des services et des prestations en faveur des hôtes dans les domaines de l'information, de l'animation et de l'équipement. En raison de l'impact de la pandémie sur les nuitées, le produit de la taxe cantonale de séjour enregistre une baisse de 13 %, se montant ainsi à 1,88 million de francs.

L'UFT en réseau, à découvrir sur la version digitale : www.fribourgregion.ch/rap2020



2. Institutionelle Aktivitäten

2.1 KANTONALE POLITIK FÜR DIE ENTWICKLUNG DES TOURISMUS

Angesichts der schweren Folgen für die stark von der Pandemie betroffene Branche wurden die strategischen Projekte im Jahr 2020 vorangetrieben, während gleichzeitig die touristischen Interessen verteidigt wurden.

Das Projekt FIT'NG 2021, das von Innotour unterstützt wird und für Fribourg Innovation Tourism for Next Generations steht, ist in der Hälfte seiner Laufzeit angelangt. Sein Ziel ist die Anpassung der Praktiken der Tourismusorganisationen an neue Arbeitsmethoden. In einem ersten Pilotprojekt wurde ein gemeinsames Buchführungssystem eingeführt, das die Anforderungen der verschiedenen Einheiten berücksichtigt. In dieser Konfigurationsphase engagierten sich die RTO von Romont und der FTV mit dem Ziel, ein analytisches, transparentes und effizientes Verwaltungstool sicherzustellen.

Ende März genehmigte das SECO den Schlussbericht des Projekts CheckIn-FR, das die administrativen Aufgaben der von der Eingabe und der Übermittlung der Gästedaten betroffenen Instanzen vereinfachen soll. Mithilfe von Rückmeldungen der Unterkunftsanbieter wurde die Plattform weiterentwickelt und optimiert. CheckIn-FR schloss sich zudem der Aktion Kariyon an, um dem lokalen Gewerbe unter die Arme zu greifen. Von Mitte Juli bis Ende September profitierte jeder Gast bei einem Aufenthalt im Kanton Freiburg von einem Gutschein im Wert von 20 Franken, der bei einem auf der Plattform kariyon.ch erfassten Gewerbe eingelöst werden konnte.

Im November validierte der Staatsrat den Entwurf für die Totalrevision des Gesetzes über den Tourismus (TG), der von der Ad-hoc-Arbeitsgruppe in enger Zusammenarbeit mit der Volkswirtschaftsdirektion ausgearbeitet worden war. Die Periode für die Vernehmlassung des neuen TG und seine Botschaft endet Mitte Februar 2021. Das Gesetz und seine Verordnung dürften nach der Genehmigung durch den Grossen Rat in Kraft treten und das Kapitel im Zusammenhang mit den Aufenthaltstaxen sollte ab 2022 wirksam werden.

Der Stopp der touristischen Aktivitäten während mehrerer Monate erforderte staatliche Hilfsmassnahmen für die Wirtschaft, um die negativen Folgen der Coronavirus-Pandemie im Tourismus abzufedern. Der FTV beteiligte sich aktiv an der Umsetzung dieser diversen Massnahmen für die Hotellerie, die Parahotellerie, die touristischen Attraktionen und die Gastronomie. Der Wiederankurbelungsplan enthielt zudem gezielte Unterstützung für Grossveranstaltungen, für die Kreation einer Marketingkampagne, die die Mobilität umfasst, und für die Schaffung eines offiziellen kantonalen Mountain-Bike-Netzes (MTB).



2.2 STATUTARISCHE AKTIVITÄTEN

Aufgrund der Gesundheitsmassnahmen im Zusammenhang mit Covid-19 wurde die 95. Generalversammlung des FTV abgesagt. Um den Vorstand zu entlasten, wurden die Mitglieder für die statutarischen Geschäfte elektronisch konsultiert. Der Vorstand bekam Verstärkung durch drei neue Mitglieder: Johanna Gapany - Staatsrätin und Präsidentin SBFA, Emmanuelle Sierro-Schenk - Direktorin von Compétences Bénévoles, und Serge Collaud - neuer Direktor der Freiburgerischen Verkehrsbetriebe (TPF).

Der Rückgang der Übernachtungen im Rahmen des Geschäftstourismus zwang den Vorstand im April, ein Krisenbudget zu verabschieden, dessen Massnahmen das Marketing, die Verwaltung und das Personal betrafen. Schweiz Tourismus gewährte im Rahmen der Notkredite des Bundes eine Gutschrift, die 2020 und 2021 für Werbeaktionen zugunsten des FTV und der RTO genutzt werden kann.

Der Vorstand nahm die neuen Statuten des Verkehrsvereins Gruyères-Moléson-Broc an, der nun auch die Gemeinde Broc umfasst. Die Gemeinden Botterens-Morlon-Villarbeney traten dem Verkehrsverein Lac de la Gruyère bereits 2019 bei. Der Verband der Freiburger Campingplätze wurde ebenso wie die anderen Dachverbände aktives Mitglied des FTV.

Die Kommission für Marketing und Tourismusförderung setzte sich mit ihrer Rolle und ihren Aufgaben auseinander. Unter dem Vorsitz von Serge Collaud und der stellvertretenden Vorsitzenden Johanna Gapany umfasst sie Vertreter der Dachverbände und der Regionen sowie Branchenexperten. Als Koordinationsgremium setzt sich die Kommission in Zusammenarbeit mit der RDK für eine gemeinsame Vision für den Kanton ein.

2.3 INSTITUTIONELLE KOMMUNIKATION

Der Tätigkeitsbericht des FTV zum Thema Wandern ist in zwei Versionen verfügbar, einer gedruckten und einer digitalen Version. Da keine Generalversammlung stattfinden konnte, wurde dem Bericht eine Botschaft der Solidarität und der Entschlossenheit angesichts der Pandemie beigelegt.

Der institutionelle Newsletter «Tourismusinfo» erschien aus Budgetgründen nur zweimal und verzeichnete sehr gute Öffnungs- und Klickraten, die über dem Branchendurchschnitt lagen. Der Beitrag über Maria Muniz, die sich nach 47 Jahren im Dienst des FTV in den Ruhestand verabschiedete, erzielte die meisten Klicks.

In den Medien erzielte die Pressekonferenz im Januar anlässlich der Unterzeichnung des Vertrages mit Airbnb ein historisches Ergebnis. Sie führte zu 83 Artikeln und 13 Beiträgen in Radio und Fernsehen, was einem Werbewert von 5 Millionen Franken entspricht. Die weiteren Kommunikationsaktionen bezogen sich auf die Verstärkung des Vorstands, die Unterzeichnung einer neuen Vereinbarung mit Fribourg Rando und die verschiedenen Werbeaktionen auf dem Schweizer Markt.

2.4 LABELS

Drei Freiburger Betriebe erreichten 2020 erstmals die «Stufe I» des Qualitätslabels des Schweizer Tourismus-Verbands (STV): La Maison du Gruyère, Monte-Pente Corbetta SA und das Hôtel de la Cascade in Jaun. Der Verein Polybat, der den Eco Campus in Les Paccots verwaltet, wurde mit der Stufe QIII des Labels gekrönt. Zwei weitere Unternehmen erneuerten ihre Zertifizierung für die Stufe QI.

Der STV wird seine Aufgaben im Zusammenhang mit den zertifizierten Betrieben bis zum Ende der Gültigkeit der Labels weiterhin wahrnehmen, jedoch keine neuen Zertifizierungen oder Verlängerungen mehr vornehmen. Die Feedbacks der Kunden, die auf Online-Bewertungsportalen und in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden, ermöglichen es, sensible Punkte direkt zu korrigieren. Das sinkende Interesse der Betriebe und die fehlende Finanzierung veranlassten den STV, das Qualitätsprogramm in seiner aktuellen Form Ende 2022 zu beenden.

Im Bereich der nachhaltigen Entwicklung ist der FTV Teil der Arbeitsgruppe NaTour des STV, um sich zu den Massnahmen und Projekten der Schweizer Tourismusregionen im Bereich Nachhaltigkeit auszutauschen. Im Rahmen der Aktion «Bike to work» kamen neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des FTV mit dem Velo oder zu Fuss zur Arbeit und legten insgesamt 920 km zurück.

2.5 SENSIBILISIERUNGSMASSNAHMEN

Der Pass PROtourism bietet den 840 Akteuren des Freiburger Tourismus die Möglichkeit, 80 unbeschränkt gültige Gratisangebote zu entdecken. Im Laufe des Jahres wurden die Besitzer des Passes mit zwei Newslettern an dieses Angebot im Gesamtwert von CHF 1'200.-

erinnert. Die Treffen des Netzwerk PROtourism konnten 2020 jedoch aufgrund der geltenden Gesundheitsschutzmassnahmen nicht stattfinden.

Der FTV und einige touristische Leistungserbringer schlossen sich mit dem Freiburger Roten Kreuz zusammen, um 60 benachteiligte Familien zu unterstützen. Die kostenlosen Eintritte sollten es ihnen während der Pandemie ermöglichen, an der frischen Luft auf andere Gedanken zu kommen.

2.6 TOURISMUSFÖRDERUNGSFONDS DES KANTONS FREIBURG (TFF)

2020 bestätigte der Verwaltungsausschuss des TFF früher eingegangene mehrjährige Verpflichtungen in der Höhe von 344'375 Franken. Nach der Überprüfung der Dossiers, die beim vom FTV geleiteten Sekretariat des TFF eingegangen waren, gewährte er folgenden Betrieben ordentliche Finanzhilfen (Teilübernahme der Zinsen):

- Hotel Hacienda, Givisiez: Umbau des Hotels und Bau eines Restaurants und von Seminarräumen;
- Hotel Le Tonnelier, Bulle: Komplette Renovierung des Hotels, der Brasserie und des Restaurants;
- Hotel St-Georges, Romont: Wiederaufbau nach einem Brand und Vergrößerung des Hotelbereichs;
- Hotel Bad Murtensee, Muntelier: Umbau des Hotels;
- MS Attila: Umbau des Schiffs MS Attila in ein Passagierschiff mit Kabinen und Captain Lounge.

Der Verwaltungsvorstand gewährte zudem dem Unternehmen «Télégruyère SA» eine ausserordentliche Hilfe für die Erneuerung der Steuerungen und elektrischen Anlagen der Standseilbahn Moléson und der Gondelbahn Charmey.

Im Rahmen der Verordnung vom 14. April 2020 zu den wirtschaftlichen Massnahmen zur Abfederung der Auswirkungen des Coronavirus im Tourismusbereich erhielt der TFF einen ausserordentlichen Beitrag des Staates in Höhe von 5 Millionen Franken in Form einer ordentlichen Hilfe und einer Lockerung der Gewährungsbedingungen. 68 touristische Leistungserbringer, vor allem aus der Hotellerie und der Parahotellerie, profitierten von einer Unterstützung in Höhe von fast 4 Millionen Franken, die Hälfte davon wurde 2020 ausbezahlt.

Die Einrichtung der neuen Plattform www.fet-tff.ch, die im Frühling unter Hochdruck entwickelt wurde, ermöglicht die schnelle Bearbeitung der Covid-19-Dossiers und dient nunmehr als Instrument für die Einreichung von Anträgen beim TFF.

2.7 FREIBURGER ZENTRAKKASSE FÜR DIE AUFENTHALTSTAXE

Alle siebzehn Verkehrsvereine des Kantons erteilten der Freiburger Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe das Mandat für das Inkasso der Steuern.

Nach zweijährigen Verhandlungen unterzeichnete der FTV einen Vertrag mit Airbnb für das automatische Inkasso der Aufenthaltstaxe über die Reservierungsplattform, eine Premiere in der Westschweiz. Airbnb überweist die Steuer im Rahmen von vierteljährlichen Abrechnungen an den FTV, was den Verwaltungsaufwand erleichtert.

Die kantonale Aufenthaltstaxe brachte dem FTV die nötigen Mittel ein, um die Leistungen in den Bereichen Information, Unterhaltung sowie touristische Anlagen für die Gäste im ganzen Kanton zu finanzieren. Aufgrund der Auswirkungen der Pandemie auf die Logiernächte sind die Einnahmen durch die kantonale Aufenthaltstaxe um 13 % rückläufig und belaufen sich auf 1,88 Millionen Franken.

Der FTV als vernetzte Organisation,
zu entdecken in der digitalen Version:
www.fribourgregion.ch/tbe2020



3. Marketing

3.1. CAMPAGNES ET MARCHÉS : POINTS FORTS

La pandémie met à mal les efforts de promotion sur les marchés étrangers. Fribourg Région mise sur les actions destinées au public suisse, en particulier en provenance d'outre Sarine.

Campagne spéciale post-confinement

Quatre programmes de vacances de 6 jours invitent les Suisses à séjourner dans le canton durant l'été. Avec le soutien de Fribourgeoisima, des vidéos servent de teasing pour des cibles bien distinctes : familles, sportifs, épicuriens et explorateurs. D'une collaboration avec l'Association fribourgeoise des hôteliers résulte un concours doté de 70 bons de deux nuitées, d'une valeur de 25'000 francs. La diffusion digitale des programmes et vidéos touche près 1,5 million de personnes.

Campagne suisse été

La propre campagne été de Fribourg Région « C'est tout simple, on y est bien ! », réalisée en partenariat avec les 7 Organisations touristiques régionales (OTR), engendre par des actions ciblées online plus de 16 millions de contacts. Le trafic génère 100'000 consultations de la landing page. Une présence sur l'ensemble des canaux de blick.ch du 6 juillet au 18 août débouche sur d'excellents taux de clic. La campagne mise aussi sur l'encartage du magazine de Fribourg Région dans des revues et journaux grand public, à raison de 340'000 exemplaires.

Campagne automne

Fribourg Région cible le marché suisse pour sa campagne automne, voulue 100 % digitale. Avec 4 régions partenaires (La Gruyère, Fribourg, Les Paccots et la Région Lac de Morat), elle propose bons plans et idées de courts séjours pour vivre l'été indien. A l'aide du marketing programmatique, basé sur l'analyse des comportements d'achat, et une présence sur les réseaux sociaux, elle atteint près de 6 millions d'impressions.

Campagnes internationales de Suisse Tourisme

Été / Recovery / hiver

La « Keystory » de la campagne été convie les amateurs du grand large à monter à bord du bateau piloté par Corinne Stauffer, première femme capitaine de Suisse romande détenant la plus haute licence de navigation. Complétée de 13 bons plans des destinations et d'une vidéo, l'offre se retrouve sur plusieurs supports online et print dont le magazine Bergwelten bénéficiant de 70'000 lecteurs.



Dans le cadre des actions de relance, Suisse Tourisme s'associe au duo comique Divertimento afin de susciter l'intérêt de la clientèle suisse-allemanique pour la Romandie. Dix épisodes retracent leur périple dont une journée à Gruyères bénéficiant de près de 156'000 vues sur Youtube, un des meilleurs résultats de la série.

Sur la base du storytelling, Fribourg Région propose pour la campagne hiver le portrait de Mathilde Gremaud, reine des airs. Médaillée d'argent des Jeux olympiques à 18 ans, l'étoile montante du ski freestyle puise les secrets de sa réussite dans sa Gruyère natale.

Bien-Être

Editée en quatre langues à 39'000 exemplaires, la brochure « Spa & Vitality » offre une belle visibilité aux Préalpes et à Charmey en particulier par la présence de l'Hôtel Cailler et des Bains de la Gruyère. Elle se retrouve encartée dans de nombreux magazines et quotidiens dont 24heures où les bains fribourgeois figurent en image au premier plan.

Campagne Allemagne

Plus restreinte, la campagne Allemagne se concentre sur des publireportages et des relations médias. Wandermagazin propose 17 pages sur l'offre de randonnée des Préalpes et ses traditions alpestres. Le magazine Wandern und reisen ainsi que le numéro de mars de Liebes Land invitent à rejoindre les som-

ets et profiter de l'ambiance estivale des bords des lacs. Les 620'000 lecteurs de Reisen exclusiv découvrent online la richesse du patrimoine culturel des villes médiévales de Fribourg Région.

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France

Grands Reportages, magazine français du voyage, consacre en avril 32 pages à Fribourg Région sous le titre « L'éveil des sens ». Cliquer sur un pictogramme d'une carte illustrée de la Suisse et découvrir la Déalpe en réalité augmentée, telle est l'action digitale originale menée avec le Courrier International ; un partenariat fructueux avec 2'800 scans de la carte interactive et 7,9 millions d'impressions pour l'ensemble de la diffusion digitale. Un podcast de près de 20 min sur Fribourg Région se retrouve sur les canaux de streaming comme Spotify de slate.fr, le magazine en ligne de référence dans l'hexagone, avec 14'225 écoutes de l'épisode.

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne

Le Gastro Booklet invite plus de 400'000 Espagnols à découvrir les spécialités culinaires de Fribourg Région. En février, trois workshops réunissent à Madrid, Bilbao et Barcelone les plus importants

tour-opérateurs (TO) et agents de voyage d'Espagne avec 57 top-contacts générés. En période avant covid toujours, Fribourg Région participe à Barcelone à une conférence de presse regroupant 45 journalistes, en tant que partenaire exclusif de Suisse Tourisme. Sur place, les médias régionaux sollicitent plusieurs interviews dont une TV et deux radios. De cet événement résultent ensuite deux voyages de presse et 16 articles, soit plus de 5 millions de lecteurs touchés.

Eurotrek

Plusieurs itinéraires de randonnée à pied et à vélo de Fribourg Région, répertoriés sur SuisseMobile, se retrouvent sur les propositions de vacances actives d'Eurotrek. Le partenariat promotionnel conclu avec ce tour opérateur se concrétise par la réservation en hôtels de près de 800 chambres.

3.2. TOURISME D'AFFAIRES / MICE

La pandémie stoppe le tourisme d'affaires et complique le travail de prospection par manque de perspectives pour les entreprises. Au service des hôteliers et des centres de congrès de la ville et du canton de Fribourg, Fribourg Meeting participe toutefois avec Fribourg Région et l'Hostellerie am Schwarzsee à la journée des assistantes de direction du magazine spécialisé Miss Moneypenny, accueillant à Baden 550 participantes. Le stand se démarque par un mur digital doté d'un jeu lumineux séduisant 1 visiteuse sur 5.

3.3. RELATIONS MÉDIAS

En collaboration avec Suisse Tourisme et les partenaires concernés, les services de l'UFT accueillent 11 voyages de presse l'an dernier. Malgré la pandémie, le travail auprès de la presse se voit récompenser de 90 articles, soit plus de 68 millions de contacts médias !

Le mandat donné à Susi Schildknecht, spécialiste RP, de développer les relations médias en Suisse alémanique se poursuit avec succès : 23 articles pour un lectorat de plus de 6 millions de personnes.

3.4. PUBLICATIONS

Tiré en 4 langues, à 426'500 exemplaires, le magazine de Fribourg Région paraît sous le slogan « C'est tout simple, on y est bien ! ». Imprimé pour la dernière fois en raison de la diminution des salons et de la digitalisation, le magazine fera place à une carte illustrée regroupant les highlights des destinations.

Canaux de distribution hors campagnes

Sans surprise, face à la crise sanitaire et en raison de travaux entrepris notamment à Lully, la diffusion des brochures dans les espaces d'information situés dans les restoroutes A1 et A12 diminue de moitié. La distribution du magazine principal auprès des partenaires et des lieux de visite les plus fréquentés du canton, fermés pourtant durant plusieurs mois, enregistre une baisse limitée de 15 %.

3.5. MATÉRIEL PHOTOGRAPHIQUE

Dix journées de shooting professionnel se déroulent en prévision de la campagne suisse digitale de l'été 2021. La diathèque de Fribourg Région compte sur Flickr plus de 4'500 photos à disposition des médias et des partenaires pour la promotion touristique. Photostation permet de plus aux destinations du canton d'accéder directement aux clichés et de les utiliser pour leurs propres actions marketing.

Actions promotionnelles : tableau sur version interactive
www.fribourgregion.ch/rap2020



3.6. COMMUNICATION MARKETING ET INFORMATION

Site internet

L'amélioration du référencement (SEO) porte ses fruits avec une importante augmentation de la visibilité de la plateforme internet de Fribourg Région. Les huit sites des destinations et du canton comptent plus de 3,3 millions de visites, soit une hausse de 20 %. La Gruyère Tourisme confirme son attractivité avec près de 2 millions de visiteurs.

Le site de Fribourg Région enregistre une évolution de sa fréquentation de 51 %, la part des visiteurs suisses ayant augmenté de 65 %. Les effets de la pandémie se ressentent également au niveau des pages consultées, les webcams et les randonnées pédestres étant les plus sollicitées.

Blog Fribourg Région

Le nouveau blog souhaite partager des rencontres, bons plans et découvertes insolites du canton. Les rédactrices, Mélanie Rouiller - en français, et Susi Schildknecht - en allemand, proposent 16 articles retraçant leurs expériences et coups de cœur.

Réseaux sociaux

Plus importante communauté du canton, la page Facebook de Fribourg Région possède 101'000 abonnés (+ 30%) à fin 2020, dont 61 % de femmes. 161 publications suscitent un total de 148'000 réactions avec un taux d'engagement de 7,33 %. Les 40 vidéos postées génèrent plus d'un million de vues. La page se subdivise désormais en 4 pages locales afin de s'adresser

de manière plus personnalisée à chaque marché (Suisse romande, Suisse alémanique, France et Allemagne).

Avec 289 publications, le compte Instagram enregistre 24'300 abonnés dont 74 % de Suisses se situant en majorité dans la tranche d'âge 25-44 ans.

Depuis mai 2020, LinkedIn et Twitter font partie des canaux travaillés de manière active par Fribourg Région. Des informations institutionnelles alimentent le réseau professionnel LinkedIn avec près de 80 publications en fin d'année. La création de contenu pour Twitter, à la fois institutionnel et marketing, se destine en particulier aux médias et hôtes potentiels, avec plus de 4'200 abonnés sur le compte.

Newsletter marketing

Adressé en trois langues (allemand, français, anglais), l'envoi des six Newsletters marketing touche près de 26'000 destinataires. Le focus porte dès juin sur les campagnes de promotion.

Spécialités fribourgeoises

Les activités liées aux spécialités fribourgeoises se limitent pour cause de pandémie à la distribution de matériel promotionnel auprès de 127 restaurants dont les cartes des mets abordent le sigle de la vache Flora.

Information

L'UFT répond aux demandes touristiques par téléphone, courriel et « chat » durant la semaine, La Gruyère Tourisme assurant ce service durant les week-ends et jours fériés.



3. Marketing

3.1 KAMPAGNEN UND MÄRKTE: DIE HÖHEPUNKTE

Die Pandemie beeinträchtigte die Marketingaktivitäten in den ausländischen Märkten erheblich. Infolgedessen setzte die Region Freiburg auf Massnahmen für Schweizer Gäste, insbesondere für jene aus der Deutschschweiz.

Sonderkampagne «Post-Lockdown»

Im Frühsommer luden vier 6-tägige Ferienprogramme die Schweizerinnen und Schweizer zu einem Aufenthalt im Kanton ein. Mit der Unterstützung von Fribourgissima dienten Videos als Teaser für klar definierte Zielgruppen: Familien, Outdoor-Fans, Geniesser und Entdecker. Im Rahmen einer Zusammenarbeit mit dem Freiburger Hotelierverband fand ein Gewinnspiel statt, bei dem 70 Geschenkgutscheine für zwei Übernachtungen im Wert von insgesamt 25'000 Franken verlost wurden. Im Rahmen der digitalen Verbreitung der Programme und Videos wurden fast 1,5 Millionen Personen erreicht.

Schweizer Sommerkampagne

Die Sommerkampagne der Region Freiburg und den 7 regionalen Tourismusorganisationen (RTO) wurde unter dem Motto «Einfach wohl-fühlen!» lanciert. Dank gezielter Online-Aktionen erreichte die Kampa-

gne mehr als 16 Millionen Kontakte. Der Traffic führte zu 100'000 Aufrufen der Landingpage. Vom 6. Juli bis zum 18. August sorgte die Präsenz auf allen Kanälen von blick.ch für eine hervorragende Klickrate. Im Rahmen der Kampagne wurden ausserdem 340'000 Exemplare der Hauptbroschüre FRIBOURG REGION diversen Zeitschriften und Tageszeitungen beigelegt.

Herbstkampagne

Mit einer 100 % digitalen Herbstkampagne nahm die Region Freiburg den Schweizer Markt ins Visier. Mit 4 Partnerregionen (La Gruyère, Freiburg, Les Paccots und die Region Murtensee) machte sie Angebote und Ideen für Kurzaufenthalte bekannt, um den Indian Summer zu geniessen. Mithilfe von programmatischem Marketing, basierend auf der Analyse des Kaufverhaltens, und einer Präsenz in den sozialen Netzwerken, generierte sie fast 6 Millionen Ad Impressions.

Internationale Kampagnen Schweiz Tourismus

Sommer / Recovery / Winter

Die «Keystory» der Sommerkampagne lockte Wasserratten an Bord des Schiffs von Corinne Stauffer, der ersten Kapitänin der Westschweiz mit dem höchsten amtlichen Segelschein. Die Kampagne wurde durch 13 Erlebnistipps im ganzen Kanton ergänzt, die in mehreren Online- und Printmedien in der Schweiz präsentiert wurden, darunter die Zeitschrift Bergwelten mit 70'000 Lesern.



Im Rahmen der Wiederankurbelungsmassnahmen schloss sich Schweiz Tourismus mit dem Cabaretduo Divertimento zusammen, um das Interesse der Deutschschweizer Gäste für die Westschweiz zu wecken. Zehn Folgen dokumentierten ihre Reise, darunter eine Folge über einen Tag in Gruyères. Diese wurde auf YouTube fast 156'000 Mal angesehen und erzielte somit eines der besten Ergebnisse der Serie.

Die Region Freiburg präsentierte für die Winterkampagne ein Porträt von Mathilde Gremaud, Königin der Lüfte. Mit 18 Jahren gewann sie die Silbermedaille bei den Olympischen Spielen. Das Geheimnis für ihren Erfolg verortet das vielversprechende Nachwuchstalent im Freestyle-Skisport in ihrer Heimat La Gruyère.

Wellness

Die Broschüre «Spa & Vitality» wurde in einer Auflage von 39'000 Exemplaren herausgegeben und verschaffte den Voralpen und insbesondere Charmey durch die Präsenz des Hôtel Cailler und der Bains de la Gruyère grosse Sichtbarkeit. Sie wurde vielen Zeitschriften und Tageszeitungen beigelegt, darunter einer Ausgabe von 24 Heures, der die Freiburger Bäder als Titelbild dienten.

Kampagne Deutschland

Die reduzierte Kampagne für Deutschland konzentrierte sich auf Puplireportagen und die Medienarbeit. Das Wandermagazin widmete dem Wanderangebot in den Voralpen und den regionalen Traditionen 17 Seiten. Das Magazin Wandern und Reisen und die Märzausgabe von Liebes Land machten Lust, die Gipfel zu erklimmen und das sommerliche Ambiente an den Seen zu geniessen. Die 620'000 Leserinnen und Leser von Reisen exclusiv konnten online den Reichtum des kulturellen Erbes der mittelalterlichen Städte der Region Freiburg entdecken.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Frankreich

Das französische Reisemagazin Grands Reportages widmete die Region Freiburg im April 32 Seiten unter dem Titel «L'éveil des sens». Mit Courier International wurde eine besonders originelle Aktion durchgeführt: die Nutzer konnten auf ein Piktogramm einer Bildkarte der Schweiz klicken und mit Augmented Reality den Alpbazug entdecken; die Partnerschaft war mit 2'800 Scans der interaktiven Karte und 7,9 Millionen Ad Impressions für die gesamte digitale Verbreitung ein voller Erfolg. Ein fast 20-minütiger Podcast des einflussreichen französischen Online-Magazins slate.fr über die Region Freiburg wurde in Streaming Diensten wie Spotify zur Verfügung gestellt. Die Folge wurde rund 14'225 Mal angehört.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Spanien

Das Gastro Booklet lud mehr als 400'000 Spanierinnen und Spanier ein, die kulinarischen Spezialitäten der Region Freiburg zu entdecken. Im Februar kamen bei drei Workshops in Madrid, Bilbao und Barcelona die wichtigsten Tour Operators (TO) und Reisevermittler Spaniens zusammen, wobei 57 wichtige Kontakte generiert wurden. In der Zeit vor Covid, am Anfang des Jahres, nahm die Region Freiburg als exklusiver Partner von Schweiz Tourismus in Barcelona an einer Pressekonferenz teil, bei der 45 Journalistinnen und Journalisten anwesend waren. Vor Ort baten regionale Medien um mehrere Interviews, darunter ein Fernseh- und zwei Radiointerviews. Die Veranstaltung führte zu zwei Pressereisen und 16 Artikeln, die mehr als 5 Millionen Leserinnen und Leser erreichten.



Eurotrek

Unter den Vorschlägen für Aktivurlaub auf Eurotrek finden sich mehrere Wander- und Velorouten in der Region Freiburg, die auf SchweizMobil erfasst sind. Aus der mit diesem Tour Operator geschlossenen Werbepartnerschaft resultierten rund 800 Hotelzimmerreservierungen.

3.2 GESCHÄFTSTOURISMUS / MICE

Die Pandemie brachte den Geschäftstourismus abrupt zum Stillstand und verkomplizierte die Gewinnung von Kunden, da Perspektiven für die Unternehmen fehlten. Im Dienst der Hoteliers und der Kongresszentren der Stadt und des Kantons Freiburg nahm Fribourg Meeting mit der Region Freiburg und der Hostellerie am Schwarzsee trotzdem am Tag der Direktionsassistentinnen der Fachzeitschrift Miss Money Penny teil, die in Baden 550 Teilnehmende versammelte. Der Stand stach durch eine digitale Wand mit einem Lichtspiel hervor, die die Aufmerksamkeit von jeder fünften Besucherin auf sich zog.

3.3 MEDIENBEZIEHUNGEN

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und den betroffenen Partnern empfing das Medienteam des FTV 11 Pressereisen. Trotz der Pandemie wurde die Pressearbeit mit 90 Artikeln belohnt, mehr als 68 Millionen Kontakte wurden generiert. Der Auftrag der PR-Spezialistin Susi Schildknecht, die Medienbeziehungen in der Deutschschweiz zu entwickeln, wurde erfolgreich umgesetzt: Die 23 erschienenen Artikel erreichten mehr als 6 Millionen Personen.

3.4 PUBLIKATIONEN

Die in 4 Sprachen verfügbare Hauptbroschüre FRIBOURG REGION mit einer Druckauflage von 426'500 Exemplaren erschien unter dem Slogan «Einfach wohlfühlen!». Aufgrund des Rückgangs der Fachmessen und der Digitalisierung wurde sie zum letzten Mal gedruckt und wird künftig durch eine illustrierte Karte mit den Highlights der Destinationen ersetzt.

Vertriebskanäle ausserhalb der Kampagnen

Angesichts der Coronakrise und aufgrund der Arbeiten in Lully war die Abgabe der Broschüren in den Tourismusinformationsstellen auf den Autobahnraststätten A1 und A12 um rund die Hälfte rückläufig. Die Verteilung der Hauptbroschüre bei den Partnern und an den meistbesuchten Attraktionen des Kantons, die mehrere Monate lang geschlossen waren, ging um 15% zurück.

3.5 BILDMATERIAL

Für die Sommerkampagne fand ein zehntätiges professionelles Foto-Shooting statt. Die Flickr-Fotodatenbank der Region Freiburg umfasst mehr als 4'500 Fotos, die Medien und Partnern im Rahmen der Tourismusförderung zur Verfügung gestellt werden. Über Fotostation können die Destinationen des Kantons zudem direkt auf Fotos zugreifen und sie für ihre eigenen Marketingaktionen nutzen.

3.6 MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION

Internetseite

Die Verbesserung der Suchmaschinenoptimierung (SEO) trug Früchte, die Sichtbarkeit der Internetplattform der Region Freiburg nahm erheblich zu. Die acht Webseiten der Destinationen und des Kantons verzeichneten über 3,3 Millionen Besuche, was einem Anstieg von 20% entspricht. La Gruyère Tourisme konnte seine Attraktivität mit fast 2 Millionen Besuchern bestätigen.

Die Webseite www.fribourgregion.ch verzeichnete einen Anstieg von 51% bei den Aufrufen, der Anteil der Schweizer Besucher nahm um 65% zu. Die Folgen der Pandemie waren auch bei den aufgerufenen Seiten spürbar, die Webcams und Wanderungen waren am gefragtesten.

Blog FRIBOURG REGION

Der neue Blog möchte Begegnungen, Tipps und originelle Entdeckungen im Kanton teilen. Die Redakteurinnen Susi Schildknecht (auf Deutsch) und Mélanie Rouiller (auf Französisch) veröffentlichten 16 Artikel, in denen sie von ihren Erlebnissen und Highlights berichteten.

Soziale Netzwerke

Die Facebook-Seite bildet die grösste Community der Region Freiburg und zählte Ende 2020 101'000 Fans (+ 30%), darunter 61% Frauen. 161 Posts generierten insgesamt 148'000 Reaktionen, die Engagement-Rate lag bei 7,33%. Die 40 veröffentlichten Videos wurde mehr als eine Million Mal wiedergegeben. Die Facebook-Seite ist ab sofort in 4 lokale Seiten unterteilt, um jeden Markt gezielter anzusprechen (Westschweiz, Deutschschweiz, Frankreich und Deutschland).

Auf dem Instagram-Account der Region Freiburg wurden 289 Beiträge gepostet. Der Account zählt 24'300 Abonnenten, darunter 74% Schweizerinnen und Schweizer, die mehrheitlich der Altersgruppe 25-44 angehören.

Seit Mai 2020 gehören LinkedIn und Twitter zu den Kanälen, die durch die Region Freiburg aktiv bewirtschaftet werden. Im professionellen Netzwerk LinkedIn wurden bis zum Jahresende 80 Beiträge mit institutionellen Informationen veröffentlicht. Die Erstellung der institutionellen und Marketing-Inhalte für Twitter richtet sich in erster Linie an Medien und potenzielle Gäste. Das Konto zählte Ende Jahr mehr als 4'200 Follower.

Marketing Newsletter

Der Marketing-Newsletter wurde insgesamt 6 Mal in drei Sprachen (Deutsch, Französisch, Englisch) an mehr als 26'000 Empfänger verschickt. Ab Juni lag der Fokus des Newsletters ausschliesslich auf den Werbekampagnen.

Freiburger Spezialitäten

Die Aktivitäten im Zusammenhang mit den Freiburger Spezialitäten waren wegen der Pandemie auf die Verteilung von Werbematerial an 127 Restaurants beschränkt, auf deren Speisekarten das Symbol der Kuh Flora zu sehen war.

Information

Der FTV beantwortet touristische Anfragen unter der Woche telefonisch, per E-Mail und Online-Chat. Am Wochenende und an Feiertagen stellt La Gruyère Tourisme diesen Service sicher.



Faits marquants 2020

Malgré la pandémie, l'année touristique fribourgeoise se jalonne de nouvelles réalisations, de campagnes promotionnelles et de la finalisation d'importants projets stratégiques :

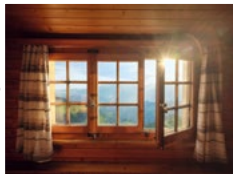
JANVIER - JANUAR

CONVENTION SIGNÉE AVEC AIRBNB

L'UFT et Airbnb concluent un accord commun pour la perception automatique de la taxe de séjour sur les réservations effectuées via la plateforme. Une première en Romandie !

UNTERZEICHNUNG DES VERTRAGS MIT AIRBNB

Der FTV und Airbnb schlossen einen gemeinsamen Vertrag für das automatische Inkasso der Aufenthaltstaxe für Reservierungen auf der On-line-Plattform. Eine Premiere in der Westschweiz!



MAI - MAI

LE COMITÉ DE L'UFT AU COMPLET

Trois nouveaux membres rejoignent le Comité de l'UF : Johanna Gapany - conseillère aux Etats et présidente de RMAF, Emmanuelle Sierro-Schenk - directrice de Compétences Bénévoles et Serge Collaud - nouveau directeur des TPF.

VERSTÄRKUNG DES VORSTANDS DES FTV

Drei neue Mitglieder ergänzten den Vorstand des FTV: Johanna Gapany - Staatsrätin und Präsidentin SBFA, Emmanuelle Sierro-Schenk - Direktorin von Compétences Bénévoles, und Serge Collaud - neuer Direktor der TPF.

JUILLET - JULI

PROMOTION COMMUNE DE LA RANDONNÉE

L'UFT et Fribourg Rando renouvellent leur partenariat pour trois ans. La nouvelle convention attribue une subvention annuelle de 30'000.- francs à Fribourg Rando pour la réalisation de ses tâches.

GEMEINSAME WERBUNG FÜR DAS WANDERN

Der FTV und Fribourg Rando verlängerten ihre Partnerschaft für drei Jahre. Im Rahmen des neuen Vertrags erhält Fribourg Rando eine jährliche Subvention von 30'000.- Franken, um seine Aufgaben zu erledigen.



Wichtige Ereignisse 2020

Trotz der Pandemie wurden im Freiburger Tourismusjahr neue Erfolge verzeichnet, Werbekampagnen durchgeführt und wichtige strategische Projekte umgesetzt:

JUILLET - JULI

PROPRE CAMPAGNE ESTIVALE

Initiée par l'UFT et les 7 OTR, la campagne suisse été se décline sous le slogan « C'est tout simple, on y est bien ! ». Les actions ciblées online génèrent plus de 16 millions de contacts.

EIGENE SOMMERKAMPAGNE

Die vom FTV und den 7 RTO finanzierte Schweizer Sommerkampagne fand unter dem Slogan «Einfach wohlfühlen!» statt. Die gezielten Aktionen generierten online mehr als 16 Millionen Kontakte.

NOVEMBRE - NOVEMBER

LA LOI SUR LE TOURISME EN CONSULTATION

Le Conseil d'Etat adopte en novembre le projet de révision totale de la Loi sur le tourisme. Après mise en consultation, l'avant-projet sera en 2021 au menu d'une session du Grand Conseil.

DAS GESETZ ÜBER DEN TOURISMUS IN DER VERNEHMLASSUNG

Im November nahm der Staatsrat den Entwurf für die Totalrevision des Gesetzes über den Tourismus an. Nach der Vernehmlassung wird das Vorprojekt 2021 auf der Tagesordnung einer Sitzung des Grosse Rates stehen.

DÉCEMBRE - DEZEMBER

FANS DE FRIBOURG RÉGION

La page Facebook de Fribourg Région possède la plus grande communauté du canton. 101'000 abonnés se comptent à fin décembre dont 61 % de femmes.

FANS DER REGION FREIBURG

Die Facebook-Seite der Region Freiburg bildete die grösste Social Media Community des Kantons. Ende Dezember hatte sie 101'000 Abonnenten, darunter 61 % Frauen.

NOUVEAU BLOG FRIBOURG RÉGION

Des rencontres, des émotions, des découvertes... Les articles du blog invitent les hôtes à découvrir les coups de cœur des deux rédactrices, Mélanie Rouiller et Susi Schildknecht.

NEUER BLOG FRIBOURG REGION

Begegnungen, Emotionen, Entdeckungen... Die Blog-Artikel luden die Gäste ein, die Highlights der beiden Redakteurinnen Mélanie Rouiller und Susi Schildknecht zu entdecken.

JANVIER - JANUAR

RAPPORT FINAL DE CHECKIN-FR

Le SECO approuve à fin mars le rapport final du projet CheckIn-FR débuté en 2018. La plateforme a pour but de simplifier la saisie et la transmission des données des hôtes.

ABSCHLUSSBERICHT CHECKIN-FR

Ende März genehmigte das SECO den Abschlussbericht des Projekts CheckIn-FR, das 2018 ins Leben gerufen worden war. Das Ziel der Plattform ist es, die Eingabe und die Übermittlung der Gästedaten zu vereinfachen.

MARS - MÄRZ

UNE CAMPAGNE POST-CONFINEMENT

Fribourg Région invite les Suisses à se muer en épicuriens, sportifs ou explorateurs lors de leurs vacances d'été. L'Association fribourgeoise des hôteliers ainsi que Fribourgissima s'associent à cette campagne particulière.

POST-LOCKDOWN-KAMPAGNE

Mit einer gezielten Kampagne für Schweizer Gäste, die sich an verschiedene Zielgruppen richtete, Familien, Geniesser, Outdoor-Fans und Entdecker, wurden Schweizerinnen und Schweizer eingeladen, ihre Ferien in der Region Freiburg zu verbringen. Der Freiburger Hotelierverband sowie Fribourgissima schlossen sich dieser Sonderkampagne an.

JUIN - JUNI



VIENS... POUR L'ÉTÉ INDIEN

100 % digitale, la propre campagne automne de Fribourg Région regroupe 4 régions partenaires : La Gruyère, Fribourg, Les Paccots et la Région Lac de Morat. Elle suggère bons plans et idées de courts séjours aux couleurs de l'été indien.

EINFACH ... INDIAN SUMMER

Die 100 % digitale Herbstkampagne der Region Freiburg umfasste 4 Partnerregionen: La Gruyère, Freiburg, Les Paccots und die Region Murtensee. Sie rückte Tipps und Ideen für Kurzaufenthalte in den Farben des Indian Summer in den Vordergrund.

SEPTEMBRE - SEPTEMBER

UN RÉSEAU CANTONAL VTT EN CRÉATION

Fribourg Région dispose d'un terrain de choix pour la pratique du VTT. La réalisation d'un réseau officiel cantonal s'inscrit dans le plan de relance de l'Etat lié à la pandémie.

SCHAFFUNG EINES KANTONALEN MTB-NETZES

Das Gelände der Region Freiburg ist geradezu für den MTB-Sport geschaffen. Die Einrichtung eines offiziellen kantonalen Netzes ist Teil des Wiederankurbelungsplans des Staates im Zusammenhang mit der Pandemie.

NOVEMBRE - NOVEMBER



LES HIGHLIGHTS SUR UNE SEULE CARTE

Editée à 150'000 exemplaires, la nouvelle carte illustrée de Fribourg Région remplace le magazine principal. Peu importe la météo, de nombreux highlights attendent les hôtes !

DIE HIGHLIGHTS AUF EINER EINZIGEN KARTE

Die neue illustrierte Karte der Region Freiburg wurde in 150'000 Exemplaren herausgegeben und ersetzt die Hauptbroschüre. Die Gäste können sich auf zahlreiche Highlights freuen, egal bei welchem Wetter!

DÉCEMBRE - DEZEMBER



4. Réseaux de randonnée

4.1. RÉSEAU PÉDESTRE

Jamais la randonnée n'aura suscité autant d'engouement que durant l'été 2020. Les Suisses restés au pays en raison de la pandémie rejoignent en particulier les sommets des Préalpes et parcourent en grand nombre les itinéraires phares de Fribourg Région.

Sous l'égide de l'UFT, 34 baliseurs bénévoles s'activent avec passion aux tâches de contrôle des chemins pédestres. Année particulière toutefois pour ces garants de la qualité du réseau dont les travaux de remise à jour de la signalisation se voient retardés par les restrictions liées à la crise sanitaire.

Dans le cadre de la nouvelle Loi sur le tourisme en cours de consultation, la révision du chapitre consacré aux réseaux de randonnée officiels a pour objectif de simplifier les processus. Le financement global du balisage par l'UFT soulage ainsi les communes et les organisations touristiques. Les communes restent en charge de l'entretien des sols et des infrastructures.

Tracés et itinéraires

L'UFT assure la mise à jour de la cartographie du réseau par un système d'information pour la gestion des routes et du trafic - MISTRA MD, développé par la Confédération. Elle transmet ces données à SuisseMobile, swisstopo et au Canton pour leur mise en conformité annuelle. Le service de l'UFT vérifie également la prise en compte du réseau pédestre officiel dans le cadre des planifications communales.

Le réseau cantonal de 1'825 km se compose de 1'601 km de chemins pédestres (signalisation jaune), 212 km de chemins de montagne (blanc-rouge-blanc) et 12 km de chemins alpins (blanc-bleu-blanc). 62 % des tracés possèdent un revêtement naturel contre 38 % en dur.

Quatre nouveaux itinéraires « locaux » se retrouvent sur la plateforme de promotion SuisseMobile : 272 La Berra par la Valsainte, 273 L'Intyamon de Montbovon à la Brâ, 274 Auf dem Rücken des Schwyberg et 275 Circuit d'Hauterive.

Par souci d'attractivité et de sécurité notamment, la modification de plusieurs tronçons d'itinéraires se concrétise en 2020 : nouveau tracé entre Ponthaux et Léchelles, réhabilitation du Tufteraweg à Schwarzsee et assainissement du sentier de la Combent à Treyvaux. Le réaménagement du Zirkelsgraben à Ueberstorf se voit récompenser du Prix d'encouragement de la Poste octroyé par Suisse Rando et la Poste Suisse, d'une valeur de 5'000 francs. Certaines modifications bénéficient des projets d'assainissement des chemins alpestres ou des remaniements parcellaires réalisés en partenariat avec le SAgri.



Entretien des sols et infrastructures

Les communes se révèlent attentives aux travaux d'entretien du réseau en y consacrant le budget et la main d'œuvre nécessaires. Engagées pour venir en aide à la population dans des environnements sanitaires, les troupes de la PCI ne peuvent être en soutien cette année dans la remise en état des sentiers.

Deux communes bénéficient par l'intermédiaire de Suisse Rando du « Fonds Mobilière ponts et passerelles » : Broc pour la reconstruction d'une passerelle

dans les Gorges de la Jogne (50'000 francs) et Grolley pour la passerelle sur le Ruisseau de Corsallettes (8'000 francs).

La qualité des sentiers et l'optimisation des procédures restent au centre des préoccupations du service des réseaux de randonnée. Ce dernier s'assure du suivi par les communes des procédures d'annonce de dommages et de réalisation de nouveaux tronçons. Une procédure simplifiée voit le jour en collaboration avec SuisseRando et SuisseMo-

bile pour la fermeture ou la déviation des chemins de randonnée, informations à visualiser sur leurs sites et sur celui de swisstopo.

4.2. RÉSEAUX DE CYCLOTOURISME ET VTT

L'approbation en septembre après consultation du projet de Loi fédérale sur les voies cyclables répond aux besoins du trafic cycliste. La construction de pistes cyclables reste de la compétence des cantons ayant l'obligation à l'avenir de planifier et s'assurer que les voies soient interconnectées en réseau et sécurisées.

Le plan de relance de l'économie fribourgeoise lié à la pandémie intègre, par l'intermédiaire du SMO, un projet d'accélération des infrastructures cyclables ; l'organisation d'un concours d'idées en vue d'aménagements autour du lac de la Gruyère en est un bel exemple. Ce plan prend également en compte la création d'un réseau officiel cantonal de vélo tout terrain (VTT) avec l'engagement en 2021, au sein de l'UFT, d'une personne en charge du projet.

4.3. COLLABORATIONS

Suisse Rando et SuisseMobile

Organe faîtière du tourisme pédestre, Suisse Rando sert également de référence nationale pour les chemins de randonnée hivernale et les itinéraires de raquettes à neige. Finalisé en 2020, le guide pour la planification, signalisation et gestion de ces activités de loisirs hivernales clarifie notamment les principes de sécurité et de responsabilité. L'UFT soutient les organisations locales lors de la mise en application des normes, garantes de la qualité des itinéraires.

Fribourg Rando

L'UFT et Fribourg Rando signent en juillet une nouvelle convention de partenariat dont l'existence remonte à 2008. Etablie pour une durée de trois ans, la convention précise les missions des partenaires respectifs et attribue à Fribourg Rando une subvention annuelle de 30'000 francs pour la réalisation de ses tâches.

Consultations et préavis

Le service des réseaux de randonnée de l'UFT apporte son expertise lors de dossiers fédéraux, cantonaux ou communaux en lien avec les chemins de randonnée pédestre, les améliorations foncières ou l'aménagement du territoire. Il s'engage de plus dans plusieurs groupes de travail et commissions au sein de l'administration fédérale ou cantonale fribourgeoise :

- le Service des constructions et de l'aménagement (SeCA) dans le cadre de la consultation des dossiers liés au tourisme ;
- le Service de la mobilité (SMo) pour la mise en œuvre de divers projets de mobilité douce et la Commission consultative vélo ;
- le Service d'information du territoire (SIT) pour la gestion des géodonnées ;
- le Service de l'agriculture (SAgri) pour la réfection ou l'assainissement de desserte alpine ou agricole ;
- le Service des forêts et de la nature (SFN) au sein du groupe de coordination « Grands prédateurs », de la Commission pour la protection de l'environnement, de la nature et du paysage, la Commission consultative pour la forêt temporaire et le Groupe de travail « Inventaire des paysages d'importance cantonale » ;
- le Service de l'environnement (SEn) au sein de la Commission consultative pour la gestion des eaux.

4. Freizeitwegnetz

4.1 WANDERWEGNETZ

Noch nie war das Wandern so beliebt wie im Sommer 2020. Die Schweizerinnen und Schweizer verbrachten ihre Ferien aufgrund der Pandemie im eigenen Land, gerne auch in den Bergen. Viele Gäste nutzten dazu die beliebten Wanderwege der Region Freiburg.

Unter der Leitung des FTV waren 34 ehrenamtliche technische Mitarbeiter unterwegs, um die Wanderwege zu kontrollieren und für die Qualität des Netzes zu sorgen. Auch für sie war es ein besonderes Jahr, da sich die Instandsetzungsarbeiten der Schilder durch die pandemiebedingten Einschränkungen verzögerten.

Im Rahmen des neuen Gesetzes über den Tourismus, das sich in der Vernehmlassung befindet, zielt die Revision des Kapitels, das dem offiziellen Wandernetz gewidmet ist, darauf ab, die Prozesse zu vereinfachen. Die globale Finanzierung der Beschilderung durch den FTV entlastet somit die Gemeinden und die Tourismusorganisationen. Die Gemeinden sind weiterhin für die Instandhaltung der Böden und Infrastrukturen zuständig.

Strecken und Routen

Der FTV stellt die fortlaufende Aktualisierung der Karte des Wanderwegnetzes durch die vom Bund entwickelte Fachapplikation MISTRA LV zur Verwaltung der Routen des Langsamverkehrs sicher. Er übermittelt die Daten an SchweizMobil, swisstopo und den Kanton im Rahmen der jährlichen Überprüfung. Der Dienst des FTV prüft zudem, ob das offizielle Wanderwegnetz im Rahmen der kommunalen Planung berücksichtigt wird.

Das kantonale Netz erstreckt sich über 1'825 km und umfasst 1'601 km Wanderwege (gelbe Schilder), 212 km Bergwanderwege (weiss-rot-weiss) und 12 km Alpinwanderwege (weiss-blau-weiss). 62% der Routen haben einen natürlichen Bodenbelag, 38% einen Hartbelag.

Auf der Wanderplattform SchweizMobil wurden vier neue «lokale» Routen erfasst: 272 La Berra par la Valsainte, 273 L'Intyamon de Montbovon à la Brâ, 274 Auf dem Rücken des Schwyberg und 275 Circuit d'Hauterive.

Insbesondere aus Gründen der Attraktivität und der Sicherheit konkretisierte sich 2020 die Änderung mehrerer Routenabschnitte: neuer Abschnitt zwischen Ponthaux und Léchelles, Instandsetzung des Tufte-raweg in Schwarzsee und Sanierung des Weges von La Combent nach Treyvaux. Die Instandsetzung des Zirkelsgrabens in Ueberstorf wurde mit dem Förderpreis der Schweizer Post im Wert von 5'000 Franken ausgezeichnet, der vom Dachverband Schweizer Wanderwege und



von der Schweizer Post verliehen wird. Einige Änderungen profitierten von Sanierungsprojekten für die Bergwanderwege oder Landumlegungen, die in Partnerschaft mit dem LwA durchgeführt wurden.

Instandhaltung des Bodens und der Infrastrukturen

Die Gemeinden behielten die Instandhaltungsarbeiten des Netzes gut im Blick und stellten das dafür nötige Budget und die nötigen Arbeitskräfte bereit. Da sie ins Gesundheitswesen abberufen worden waren, konnten die Teams des Zivilschutzes nicht bei der Instandsetzung der Wege helfen.

Durch Schweizer Wanderwege profitierten zwei Gemeinden vom «Mobiliar Fonds Brücken & Stege»: Broc für den Wiederaufbau eines Stegs in der Jaunbachschlucht (50'000.- Franken) und Grolley für den Steg über den Ruisseau de Corsallettes (8'000.- Franken).

Die Qualität der Wege und die Optimierung der Prozesse stehen weiterhin im Zentrum der Aufmerksamkeit der Abteilung Freizeitwegnetze. Sie stellt sicher, dass die Gemeinden die Meldeverfahren für Schäden und den Bau neuer Abschnitte befolgen. In Zusammenarbeit mit Schweizer Wanderwege und SchweizMobil ist ein vereinfachtes

Verfahren für die Schliessung oder die Umleitung der Wanderwege entstanden. Weitere Informationen hierzu stehen auf deren Webseiten sowie auf der Webseite von Swisstopo zur Verfügung.

4.2 VELO UND MOUNTAINBIKE-NETZ

Die Annahme des Bundesgesetzes über die Velowege nach der Vernehmlassung im September ermöglicht es, den Anforderungen des Veloverkehrs gerecht zu werden. Der Bau von Velowegen fällt weiterhin in den Zuständigkeitsbereich der Kantone, die künftig die Pflicht haben, die Wege zu planen und sicherzustellen, dass sie in einem Netz miteinander verbunden und gesichert sind.

Der Wiederankurbelungsplan für die Freiburger Wirtschaft im Zusammenhang mit der Pandemie umfasst, durch das MobA, ein Projekt zur Beschleunigung der Veloinfrastrukturen; die Organisation eines Ideenwettbewerbs für die Bebauungen um den Greizersee ist ein schönes Beispiel. Der Plan unterstützt zudem die Schaffung eines offiziellen kantonalen Mountainbike-Netzes (MTB). 2021 soll beim FTV eine für dieses Projekt zuständige Person eingestellt werden.

4.3 ZUSAMMENARBEIT

Schweizer Wanderwege und SchweizMobil

Der Dachverband Schweizer Wanderwege ist auch die nationale Referenz für die Winterwanderwege und die Schneeschuhrouuten. Der Leitfaden für die Planung, die Beschilderung und die Verwaltung dieser winterlichen Freizeitaktivitäten wurde 2020 fertiggestellt und klärt namentlich die Sicherheitsgrundsätze und die Verantwortlichkeiten. Der FTV unterstützt die lokalen Tourismusorganisationen bei der Anwendung der Normen, die die Qualität der Routen garantieren.

Fribourg Rando

Im Juli erneuerten der FTV und Fribourg Rando ihren 2008 geschlossenen Partnerschaftsvertrag. Dieser wurde für drei Jahre verlängert und präzisiert die Aufträge der jeweiligen Partner. Zudem gewährt er Fribourg Rando eine jährliche Subvention von 30'000 Franken, um seine Aufgaben zu erledigen.

Beratungen und Stellungnahmen

Die Abteilung Freizeitwegnetze des FTV bringt ihre Erfahrung im Rahmen von eidgenössischen, kantonalen und kommunalen Projekten in Verbindung mit dem Wandertourismus, der Bodenverbesserung oder der Raumplanung ein. Sie engagiert sich in mehreren Arbeitsgruppen und Kommissionen der Bundesverwaltung und der Freiburger Kantonsverwaltung:

- Bau- und Raumplanungsamt (BRPA) im Rahmen der Beratung der mit dem Tourismus verbundenen Dossiers
- Amt für Mobilität (MobA) für die Umsetzung verschiedener Projekte im Bereich der sanften Mobilität und der beratenden Kommission Velo
- Geografisches Informationssystem (GIS) für die Verwaltung der Geodaten
- Amt für Landwirtschaft (LwA) für die Sanierung oder Instandsetzung von land- und alpwirtschaftlichen Erschliessungen
- Amt für Wald, Wild und Fischerei (WalDA) in der Koordinierungsgruppe «Grossraubtiere», der Kommission für Umwelt- und Landschaftsschutz, der temporären Beratungskommission für den Wald und der Arbeitsgruppe «Inventar der Landschaften von kantonaler Bedeutung»
- Amt für Umwelt (AfU) in der Konsultativkommission für die Gewässerbewirtschaftung

Merci

Sous la présidence de Jean-Pierre Doutaz, le Comité de l'UFT se voit renforcé de trois nouveaux membres. Qu'il soit remercié de son engagement sans faille alors que le tourisme fait face à d'énormes défis.

Au gré des périodes de fermeture des établissements et attractions touristiques, Pierre-Alain Morard et son équipe, s'adaptent à de nouvelles donnes dans un environnement en constante mutation. De vifs remerciements s'adressent à chacune et chacun ainsi qu'à la trentaine de baliseuses et baliseurs.

Les membres, associations faitières et prestataires du secteur touristique méritent un merci tout particulier pour leur résilience en cette année si difficile. Confrontées également à de multiples incertitudes, les organisations touristiques régionales voient leurs activités d'information et d'animation réduites, à l'instar des offices du tourisme et des sociétés de développement.

Notre vive gratitude va également à l'Etat de Fribourg pour son soutien financier et à l'ensemble de ses services pour leur bonne coopération. La pandémie a contraint le Département de l'économie et de l'emploi, en particulier, à une réactivité et une capacité d'adaptation essentielles à la sauvegarde de la branche touristique.

A toutes et à tous, l'UFT exprime sa reconnaissance et souhaite que le tourisme retrouve très vite des couleurs et sa vocation première, celle de pouvoir voyager pour le plaisir...



Dank

Unter dem Vorsitz von Jean-Pierre Doutaz erhielt der Vorstand des FTV Verstärkung durch drei neue Mitglieder. Wir danken dem gesamten Vorstand für sein unermüdliches Engagement für den Tourismus, der vor enormen Herausforderungen steht.

Im Zuge der Schliessungen der Betriebe und der touristischen Sehenswürdigkeiten passen sich Pierre-Alain Morard und sein Team in einem sich ständig verändernden Umfeld an die neuen Gegebenheiten an. Ein herzliches Dankeschön an alle Mitarbeitenden des FTV und an die rund 30 technischen Mitarbeiter der Freizeitwegnetze.

Auch den Mitgliedern, den Dachverbänden und den Leistungserbringern des Tourismussektors gebührt ein herzliches Dankeschön für ihr Durchhaltevermögen in diesem schwierigen Jahr. Die regionalen Tourismusorganisationen sind ebenfalls mit vielen Ungewissheiten konfrontiert, ihre Informations- und Animationsaktivitäten sind eingeschränkt, zum Beispiel jene der Tourismusbüros und der Verkehrsvereine

Nicht zuletzt geht unser Dank an den Staat Freiburg für die finanzielle Unterstützung und an alle Dienststellen für die gute Zusammenarbeit. Die Pandemie zwang das Departement für Volkswirtschaft vor allem, sich schnell anzupassen, um die Tourismusbranche zu unterstützen.

Der FTV spricht allen seinen Dank aus und hofft, dass der Tourismus schon bald wieder seinem wichtigsten Auftrag gerecht werden kann: Reisen zu ermöglichen, die Freude bereiten.

Organes et membres

Organe und Mitglieder



Membres d’honneur
Ehren-Mitglieder

Membres de droit
Rechtmässige Mitglieder

PRÉSIDENTS D’HONNEUR / EHRENPRÄSIDENTEN	MEMBRES D’HONNEUR / EHRENMITGLIEDER
André GENOUD, Villars-sur-Glâne	Albert MICHEL, Fribourg Freiburg
Hubert LAUPER, Autafond	Pierre COTTIER, Bulle
Jean-Jacques MARTI, Fribourg Freiburg	Jean DESCHENAUX, Fribourg Freiburg
	Michel PITTET, La Joux
	Jean-Pierre THÜRLER, Charmey
	Bruno WAEBER, Düringen
	Tobias ZBINDEN, Marly

ÉTAT DE FRIBOURG / STAAT FREIBURG	
Olivier CURTY	Conseiller d’Etat, Directeur de l’économie et de l’emploi, Fribourg Staatsrat, Volkswirtschaftsdirektor, Freiburg
Serge COLLAUD	Directeur général des TPF, Fribourg Generaldirektor TPF, Freiburg
Cédric YERLY	Directeur, membre de la Direction générale BCF, Fribourg Direktor, Mitglied der Generaldirektion FKB, Freiburg

ORGANISATIONS TOURISTIQUES RÉGIONALES - PRÉSIDENT(E)S / REGIONALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)		
	Association régionale du Lac (ARL) Regionalverband See	Daniel LEHMANN
	Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	Anne MEYER LOETSCHER
	Fribourg Tourisme et Région Freiburg Tourismus und Region	Madeleine GENOUD-PAGE
	La Gruyère Tourisme	Nicolas WYSSMUELLER
	Office du Tourisme Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région	Michel MAILLARD
	Office du Tourisme de Romont et sa région	Frédéric ROSSIER
	Schwarzsee Tourismus	Bruno ZBINDEN

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT - PRÉSIDENT(E)S LOKALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)		
	Association des 3 C « Charmey Tourisme »	Bruno CLEMENT
	Bulle et environs	Sébastien LAUPER
	Cheyres-Châbles Tourisme	Catherine NOBBS
	Düringen Tourismus	Armin HAYOZ
	Estavayer-le-Lac et environs	Anne MEYER LOETSCHER
	Gruyères-Molésun-Broc	Monique DURUSSEL RUDAZ
	Intyamon	Jean-Pierre CURRAT
	Jaun Tourismus	Benoît BUCHS
	Lac de la Gruyère	Patrick PERROTET
	Murten Tourismus	Marianne SIEGENTHALER
	Portbalan Tourisme	Daniel WASER
	Vully Tourisme	Christophe DUPASQUIER

Membres actifs
Aktiv-Mitglieder

ORGANISATIONS FAÎTIÈRES / DACHVERBÄNDE	
	Association fribourgeoise des campings Verband Freiburger Campings
	Association fribourgeoise des hébergements collectifs (AFHC) Verband der Freiburger Ferienheime und Gruppenunterkünfte (VFFG)
	Association suisse des accompagnateurs en montagne – Section Fribourg Schweizer Wanderleiter – Sektion Freiburg
	Chambre de commerce et d’industrie Fribourg Handels- und Industriekammer Freiburg
	GastroFribourg
	Remontées mécaniques Alpes fribourgeoises (RMAF) Bergbahnen der Freiburger Alpen
	Hotelleriesuisse, section Fribourg Hotelleriesuisse, Sektion Freiburg
	Union patronale du canton de Fribourg Arbeitgeberverband des Kantons Freiburg

TRANSPORTS / TRANSPORT	
	Centre touristique Gruyères-Molésun-Vudalla SA
	Kaisereggbahnen Schwarzsee AG
	Société de Navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat SA Schifffahrtsgesellschaft AG Neuenburger- & Murtensee
	Transports publics fribourgeois (TPF) Freiburgische Verkehrsbetriebe

ENTREPRISES / UNTERNEHMEN	
Andrey Voyages SA Andrey Reisen AG, Le Mouret	MC Management et Conseils Sàrl, Fribourg
Banque Cantonale de Fribourg Freiburger Kantonalbank	Media F SA, Fribourg
Banque CIC (Suisse) SA Bank CIC (Schweiz) AG	Morand Frères SA, La Tour-de-Trême
Canisius Impression & Graphisme, Fribourg Canisius Druck & Grafik AG, Freiburg	Musée romain de Vallon Römermuseum, Vallon
Cremo SA, Fribourg	Société des Produits Nestlé SA, Broc
Duplirex SA, Fribourg	So Graphic Studio, Bulle
Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden	Touring Club Suisse, section de Fribourg
Gratisa SA, Molésun-sur-Gruyères	UBS Switzerland AG, Fribourg
Groupe E SA, Fribourg	Verlag Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Imprimerie MTL SA, Fribourg	Vully-les-Lacs Tourisme, Salavaux

COMITÉ DE GESTION / VERWALTUNGSAUSSCHUSS	
--	--

PRÉSIDENT / PRÄSIDENT	
-----------------------	--

Olivier CURTY	Conseiller d’Etat, Morat Staatsrat, Murten
---------------	--

MEMBRES / MITGLIEDER	
----------------------	--

Nicolas BÜRGISSER	Député Grossrat, Giffers
Michel CHEVALLEY	Député Grossrat, Tatroz
Edgar JEITZINER	Président de la Direction générale de la BCF, Fribourg Präsident Direktion FKB , Freiburg
Nicole LEHNER-GIGON	Massonnens
Jean-Jacques MARTI	Président d’honneur de l’UFT, Fribourg Ehrenpräsident FTV, Freiburg
Samuel Ménétrey	Conseil communal Gemeinderat, Estavayer-le-Lac
Marie-France ROTH PASQUIER	Conseillère nationale Nationalrätin, Bulle
Stéphane SCHLAEPPY	Hôtelier Hotelier, Charmey
Katharina THALMANN-BOLZ	Députée, Morat Grossrätin, Murten
Laurent YERLY	Trésorier d’Etat, Fribourg Staatsschatzamt, Freiburg

SECRÉTARIAT / SEKRETARIAT	
---------------------------	--

Pierre-Alain MORARD	Directeur de l’UFT Direktor FTV
Anne Schmidlin	Project & Quality Manager UFT FTV

Membres du comité - Vorstand

PRÉSIDENT DÉPUTÉ	VICE-PRÉSIDENT PRÉSIDENT ARL PRÉFET DU LAC	CONSEILLÈRE NATIONALE	CONSEILLÈRE AUX ÉTATS	DIRECTRICE FONDATION COMPÉTENCES BÉNÉVOLES	DIRECTEUR FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	CONSEILLER D’ÉTAT	DIRECTEUR GÉNÉRAL DES TPF	DIRECTEUR MEMBRE DIRECTION BCF
JEAN-PIERRE DOUTAZ	DANIEL LEHMANN	CHRISTINE BULLIARD MARBACH	JOHANNA GAPANY	EMMANUELLE SIERRO-SCHENK	CEDRIC CLÉMENT	OLIVIER CURTY	SERGE COLLAUD	CEDRIC YERLY

Comptes Rechnung 2020

BILANS / BILANZ				
ACTIFS / AKTIVEN		31.12.2020	31.12.2019	
Caisses / Kassa		244,60	406,45	
PostFinance 17-1056-7		94'843,95	216'193,54	
PostFinance 17-7212-5		167'231,50	191'920,61	
Banques / Banken		1'065'541,60	731'035,56	
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven		9'503,00	9'251,00	
Titres / Wertschriften		1,00	1,00	
Débiteurs / Debitoren		691'214,69	534'688,44	
Machines et mobilier UFT / Maschinen und Mobiliar FTV		1,00	1,00	
Machines et mobilier Espace FRIBOURG REGION A12 Maschinen und Mobiliar Info-Stelle A12		1,00	1,00	
Immeuble UFT / Gebäude FTV	31.12.2020	1'091'161,40	1'110'161,40	31.12.2019
Immeuble UFT / Gebäude FTV	2'030'058,22			2'030'058,22
./. Amortissements / Abschreibungen	938'896,82			919'896,82
Espaces FRIBOURG REGION / Info-Stellen A1 und A12	31.12.2020	1,00	1,00	31.12.2019
Réaménagements Espaces FRIBOURG REGION / Neugestaltung A1 und A12	322'178,20			322'178,20
./. Amortissements / Abschreibungen	322'177,20			322'177,20
Espace FRIBOURG REGION A12 / Info-Stelle A12	31.12.2020	76'000,00	87'000,00	31.12.2020
Servitude / Dienstbarkeit	300'000,00			300'000,00
./. Amortissements / Abschreibungen	224'000,00			213'000,00

Total des actifs / Total der Aktiven3'195'744,742'880'661,00

PASSIFS / PASSIVEN		31.12.2020	31.12.2019
Créanciers / Kreditoren		390'830,56	359'650,42
Passifs transitoires / Transitorische Passiven		258'043,41	160'220,91
Emprunts immobiliers UFT / Hypothekaranleihen		813'163,25	837'821,60
Fonds affectation limitée Vision 2030 / Fonds zweckbestimmt Vision 2030		120'914,65	151'132,65
Fonds affectation limitée NPR + Innotour / Fonds zweckbestimmt NRP und Innotour		28'283,79	39'871,89
Réserve ordinaire / Ordentlicher Reservefonds		475'743,33	384'727,35
Provisions / Provisionen		426'030,20	200'949,35
Réserve prestations en faveur des hôtes / Fonds Leistungen z. G. der Gäste		625'270,85	598'000,99
Capital / Kapital		30'000,00	30'000,00

Total des passifs / Total der Passiven3'195'744,742'880'661,00

Remarques / Bemerkungen
Engagement hors bilan envers la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat de Fribourg: les montants des engagements de l'UFT tels que mentionnés dans la convention et valables au 31.12.2019 sont de CHF 1'945'315.00 en cas de résiliation de l'affiliation par l'UFT et de CHF 1'686'356.00 en cas de résiliation par la Caisse.
Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2019 für einen Betrag von CHF 1'945'315.00 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von 1'686'356.00 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

COMPTE DE FONCTIONNEMENT / BETRIEBSRECHNUNG						
	COMPTES / KONTEN 2020		BUDGET 2020		COMPTES / KONTEN 2019	
Recettes / Einnahmen						
Contributions de l'Etat de Fribourg / Staat Freiburg: ordentl. Beiträge		2'025'000,00		2'025'000,00		1'950'000,00
Cotisations des membres collectifs / Mitgliederbeiträge		37'600,00		38'500,00		36'400,00
Emol. pour service d'accueil-info-équipements Geb. für Empfangs-, Auskunfts-, Ausrüstungsdienst		1'730'000,00		2'000'000,00		1'980'000,00
		3'792'600,00		4'063'500,00		3'966'400,00
Recettes d'exploitation/Betriebseinnahmen						
Ventes de publications et marchandises / Verkauf von Publikationen und Waren		214,00		1'000,00		622,00
Commissions et prestations de services / Kommissionen und Serviceleistungen		185'458,15		154'000,00		162'629,33
		185'672,15		155'000,00		163'251,33
Marketing						
Publicité - Key Media Management Werbung - Key Media Management	611'595,03	92'737,15	695'000,00		822'184,86	
Internet / e-Commerce et Online Booking Internet / E-Commerce und Online Booking	203'208,00	796,86	239'500,00		113'863,45	1'652,49
Revendeurs / Salons / Key Account Management Sales / Messen / Key Account Management	65'491,08		131'000,00		132'480,18	
Publications / Matériel de communication Publikationen / Werbematerial	45'078,40		46'000,00		54'172,20	
Logistique et divers / Logistik und Diverses	33'011,60		50'000,00		53'094,90	
	958'384,11	93'534,01	1'161'500,00		1'175'795,59	1'652,49
Développement touristique / Tourismussensibilisierung						
Sensibilisation / RP internes / Sensibilisierung / Interne PR	65'304,40		60'000,00		46'343,85	
Service cantonal du tourisme / Kantonaler Dienst für Tourismus	20'652,90		24'000,00		23'534,78	
	85'957,30		84'000,00		69'878,63	
Information et accueil / Information und Empfang						
Internet, applications, réseaux sociaux / Internet, Apps, soziale Netzwerke	65'217,55		100'000,00		99'178,25	
Carte cantonale d'hôtes / Kantonale Gästekarte	54'280,04		20'000,00		20'055,30	
Brochures d'accueil / Broschüren	38'374,75		80'000,00		51'476,35	
	157'872,34		200'000,00		170'709,90	
Réseaux de randonnée / Freizeitwegnetz						
Gestion et entretien des réseaux / Verwaltung und Unterhalt der Netze	184'746,43	21'165,15	243'500,00	50'000,00	165'312,85	23'907,06
	184'746,43	21'165,15	243'500,00	50'000,00	165'312,85	23'907,06
Personnel, administration et information Personal, Verwaltung, Information						
Traitements et charges sociales / Gehälter und Sozialleistungen	2'278'093,95	132'507,45	2'235'000,00		2'177'634,40	
Assurances / Versicherungen	11'911,25		13'000,00		11'911,25	
Frais généraux d'administration / Allgemeine Verwaltungskosten	195'680,43		200'000,00		180'319,86	
Loyer et charges locatives / Miete und Nebenkosten	99'000,00		99'000,00		99'000,00	
Organes de l'UFT / Organe des FTV	32'245,80		50'000,00		50'191,75	
Divers et TVA / Verschiedenes und MwSt.	20'809,60		30'000,00		18'849,75	
	2'637'741,03	132'507,45	2'627'000,00		2'537'907,01	
Charges et produits extraordinaires / Sonderbelastungen und -erträge						
Intérêts et produits divers / Kommissionen und versch. Erträge		*61'341,66		500,00		6'207,54
Charges extraordinaires / Sonderbelastungen	**93'825,87		5'000,00		5'008,36	
Charges et produits immobiliers / Liegenschaftsbelastungen und -erträge	76'152,80	132'000,00	80'000,00	132'000,00	77'790,10	132'000,00
	169'978,67	193'341,66	85'000,00	132'500,00	82'798,46	138'207,54
Total intermédiaire / Zwischentotal	4'194'679,88	4'418'820,42	4'401'000,00	4'401'000,00	4'202'402,44	4'293'418,42
RÉSULTAT D'EXPLOITATION GEWINN BETRIEBSRECHNUNG	224'140,54				91'015,98	
Constitution d'une provision pour CPPEF Bildung einer Rückstellung für die PKSPF	200'000,00				0,00	
Bénéfice total exercice 2020 / Betriebsergebnis 2020	24'140,54				91'015,98	
TOTAL	4'418'820,42	4'418'820,42	4'401'000,00	4'401'000,00	4'293'418,42	4'293'418,42

Proposition à l'Assemblée générale / Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:
Bénéfice total de l'exercice 2020 de CHF 24'140.54 : affectation au compte de réserve ordinaire
Saldo von CHF 24'140.54 an Einnahmeüberschuss: Zuweisung an normale Reserven.
* Assurance perte de gain (APG) / Erwerbsausfallversicherung
** Projets comptabilité et FIT'NG / Projekte Buchhaltung und FIT'NG

COMPTE DE LA TAXE DE SÉJOUR / KONTO AUFENTHALTSTAXEN						
	COMPTES / KONTEN 2020		BUDGET 2020		COMPTES / KONTEN 2019	
Taxe cantonale de séjour Kantonale Aufenthaltstaxe	1'882'645,20		2'140'000,00		2'166'269,45	
./. Annulations, amortissements, remboursements ./. Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	2'011,76		5'000,00		10'787,58	
+ Annulations, amortissements, remboursements + Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen		1'312,47		3'000,00		1'927,11
Prestations en faveur des hôtes Leistungen zugunsten der Gäste						
Service UFT accueil - information - équipement Dienstleist., Empfang, Auskunft, Ausrüstung	1'730'000,00		2'000'000,00		1'980'000,00	
Espace FRIBOURG REGION A12 / Info-Stelle A12	10'257,95		15'000,00		10'232,32	
Espace FRIBOURG REGION A1 / Info-Stelle A1	12'491,75		15'000,00		13'992,80	
Autres prestations en faveur des hôtes Andere Leist. zugunsten der Gäste						
Subventions annuelles aux OTR Jährliche Subventionen für RTO	108'000,00		108'000,00		102'600,00	
Autres prestations en faveur des hôtes Andere Leist. zugunsten der Gäste	17'872,05		0,00		23'314,00	
Total intermédiaire / Zwischentotal	1'880'633,51	1'883'957,67	2'143'000,00	2'143'000,00	2'140'926,70	2'168'196,56
RÉSULTAT D'EXPLOITATION BETRIEBSERGEBNIS	3'324,16		0,00		27'269,86	
TOTAL	1'883'957,67	1'883'957,67	2'143'000,00	2'143'000,00	2'168'196,56	2'168'196,56

Proposition à l'Assemblée générale / Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:
Excédent de produits de CHF 3'324.16 : affectation au compte de «réserve pour prestations en faveur des hôtes».
Einnahmenüberschuss von CHF 3'324.16: Zuweisung an den Fonds „Leistungen z. G. der Gäste“.



GESTION DU FONDS DE MARKETING TOURISTIQUE COORDONNÉ / VERWALTUNG DES FONDS FÜR KOORDINIERTES TOURISMUSMARKETING					
COMPTABILISATION PAR PROJET ABRECHNUNG NACH PROJEKTEN	FINANCEMENT FINANZIERUNG UFT / FTV ¹⁾	FINANCEMENT FINANZIERUNG OTR / RTO ²⁾	FINANCEMENT FINANZIERUNG FONDS ²⁾	TOTAL CHARGES TOTAL AUSGABEN	TOTAL RECETTES TOTAL EINNAHMEN
Contribution de l'état de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg					550'000,00
Solde 2018 / Saldo 2018					758,41
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV 1)					225'000,00
Participation des OTR / Beteiligung RTO 2)					545'070,60
ST Eté International / Sommer International	30'321,80	50'536,10	50'536,10	131'394,00	
FRIBOURG REGION Automne Suisse / Herbst Schweiz	19'927,43	19'927,20	19'927,20	59'781,83	
ST France / Frankreich	77'890,10	33'752,45	33'752,45	145'395,00	
FRIBOURG REGION Deutschland	19'742,30	34'549,05	34'549,05	88'840,40	
FRIBOURG REGION Eté Suisse / Sommer Schweiz	61'855,07	198'452,80	198'452,80	458'760,67	
ST Hiver International / Winter International	17'950,00	17'950,00	17'950,00	53'850,00	
Médias / Medien	0,00	4'454,00	4'454,00	8'908,00	
Projets propres / Eigene Projekte RTO	0,00	185'449,00	185'449,00	370'898,00	
Total intermédiaire / Zwischentotal	227'686,70	545'070,60	545'070,60	1'317'827,90	
Solde technique OTR / Übertrag RTO				-5'376,40	
Total des charges / Total Ausgaben				1'312'451,50	
Solde 2020 à reporter / Übertrag Saldo 2020				8'377,51	

Total1'320'829,011'320'829,01

COMPTABILISATION PAR OTR ABRECHNUNG NACH RTO	FINANCEMENT FINANZIERUNG OTR / RTO ²⁾	FINANCEMENT FINANZIERUNG FONDS ²⁾	TOTAL CHARGES TOTAL AUSGABEN	TOTAL RECETTES TOTAL EINNAHMEN
Contribution de l'état de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg				550'000,00
Solde 2018 / Saldo 2018				758,41
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV 1)				225'000,00
Participation des OTR / Beteiligung RTO 2)				545'070,60
OT Châtel-St-Denis / Les Paccots et la Région	73'794,25	73'794,25	147'588,50	
Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme	69'850,05	69'850,05	139'700,10	
Fribourg Tourisme et Région / Freiburg Tourismus und Region	86'468,60	86'468,60	172'937,20	
La Gruyère Tourisme	108'253,00	108'253,00	216'506,00	
Association régionale du Lac / Regionalverband See	89'769,25	89'769,25	179'538,50	
OT de Romont et sa région	51'042,65	51'042,65	102'085,30	
Schwarzsee Tourismus	65'892,80	65'892,80	131'785,60	
Total intermédiaire / Zwischentotal	545'070,60	545'070,60	1'090'141,20	
Financement UFT (budget ordinaire) / Finanzierung FTV (ordentliches Budget)			225'000,00	
Solde technique UFT / Übertrag FTV			2'686,70	
Solde technique OTR / Übertrag RTO			-5'376,40	
Total des charges / Total Ausgaben			1'312'451,50	
Solde 2020 à reporter / Übertrag Saldo 2020			8'377,51	

Total1'320'829,011'320'829,01

Remarques / Bemerkungen:
En raison de la crise sanitaire liée au COVID 19, Suisse Tourisme a accordé aux régions une note de crédit globale à hauteur de 115'836.- Il s'agit de la distribution des contributions d'aide pour soutenir les partenaires touristiques de Suisse Tourisme, conformément à la décision des chambres fédérales prise à l'occasion de la session extraordinaire de mai 2020.
Cette note de crédit a été prise en compte pour chacune des régions dans la répartition du tableau ci-dessus.

Wegen der COVID-19-Gesundheitskrise hat Schweiz Tourismus den Regionen eine globale Gutschrift in Höhe von 115'836.- gewährt. Es handelt sich um die Verteilung der Hilfen zur Unterstützung der touristischen Partner von Schweiz Tourismus, gemäss des Entscheids der eidgenössischen Räte anlässlich der ausserordentlichen Sitzung im Mai 2020. Diese Gutschrift wurde für jede Region in der Aufschlüsselung der obigen Tabelle berücksichtigt.

Remarques / Bemerkungen:
1. Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets du Fonds à hauteur de 225'000.- / Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit 225'000.-.
2. Chaque franc investi par le Fonds est également investi par les régions. / Für jeden vom Fonds investierten Franken wird auch von den RTO ein Franken investiert.
3. 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. / Neben der Verwaltung des Fonds tragen die Dienststellen des FTV – im Kontext der Arbeiten der Regionaldirektorenkonferenz (COD) – die gesamte Planung, Koordination und Leitung der Projekte.
4. Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome. / Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
5. En vertu des dispositions légales (RELt art. 30), 50% des avoirs disponibles à fin 2020 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 2022 du Fonds. / Aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen (TRTG Art. 30) können 50% der verfügbaren Mittel des Marketingfonds Ende 2020 dem FTV zugewiesen werden, der diese für allgemeine kantonale Werbe- und Marketingaktionen verwendet. Der Rest wird in den Fonds für das Geschäftsjahr 2022 übertragen.

TINGUELY Consultants SA

Fiduciaire - audit - expertises - fiscalité

2

RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION SUR LE CONTRÔLE RESTREINT

à l'assemblée générale 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 des taxes de séjour) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme 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 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 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 ou d'autres violations de la loi 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.

Givisiez, le 12 février 2021

Tinguely Consultants SA

 Joël Frossard
 Expert-réviser agréé ASR
 Réviser responsable

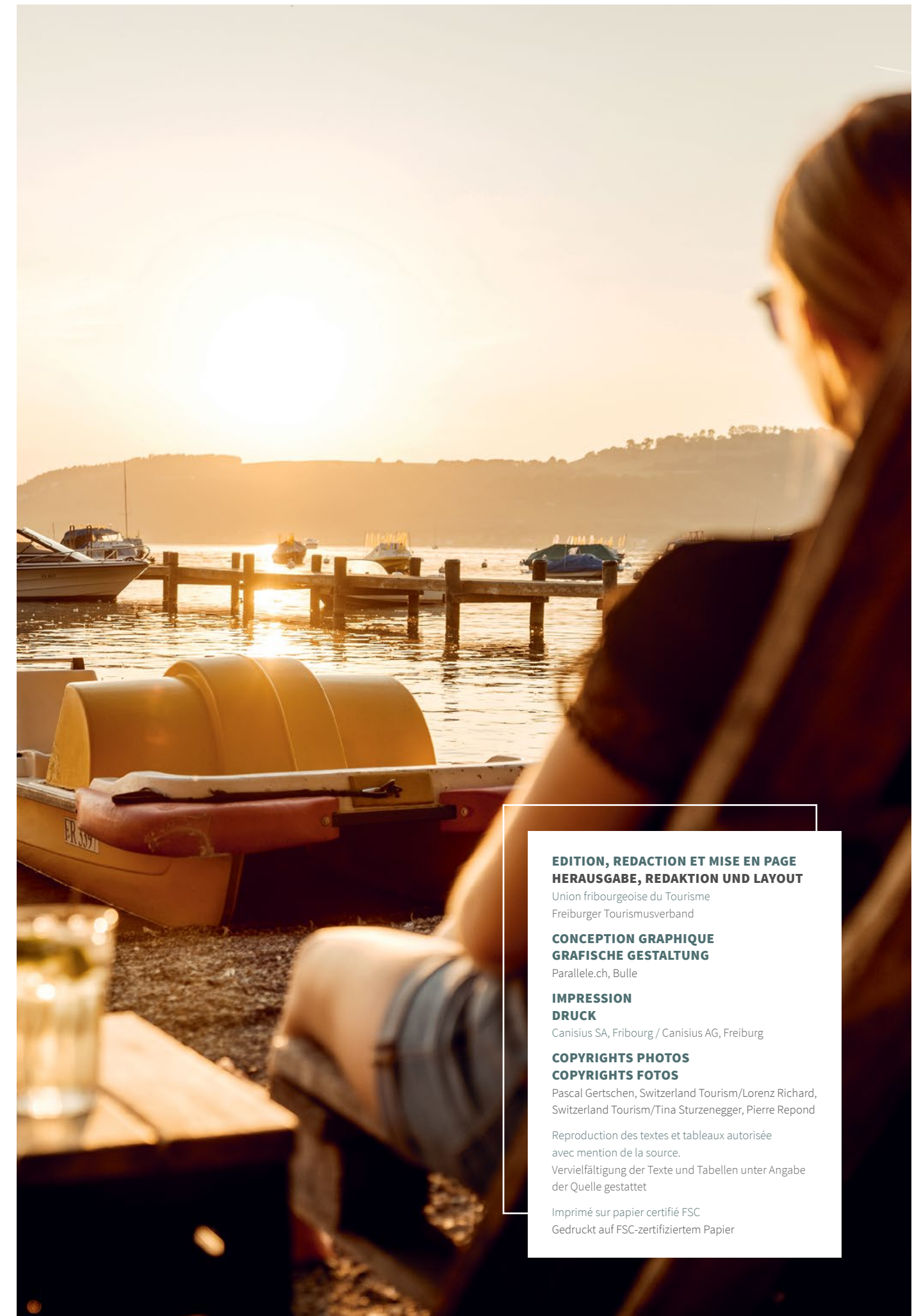


 Annexes :
 - Comptes annuels

 Route André-Piller 21, CH-1762 Givisiez
 Tél. +41 (0)26 465 25 82 Fax +41 (0)26 465 25 83 Email: info@tinguelyconsultants.ch


Membre d'EXPERTSuisse

CHE-113.199.785 TVA



EDITION, REDACTION ET MISE EN PAGE HERAUSGABE, REDAKTION UND LAYOUT

 Union fribourgeoise du Tourisme
 Freiburger Tourismusverband

CONCEPTION GRAPHIQUE GRAFISCHE GESTALTUNG

Parallele.ch, Bulle

IMPRESSION DRUCK

Canisius SA, Fribourg / Canisius AG, Fribourg

COPYRIGHTS PHOTOS COPYRIGHTS FOTOS

 Pascal Gertschen, Switzerland Tourism/Lorenz Richard,
 Switzerland Tourism/Tina Sturzenegger, Pierre Repond

 Reproduction des textes et tableaux autorisée
 avec mention de la source.

 Vervielfältigung der Texte und Tabellen unter Angabe
 der Quelle gestattet

 Imprimé sur papier certifié FSC
 Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier



Fribourg REGION
SUISSE • SCHWEIZ • SWITZERLAND

Union Fribourgeoise du Tourisme
Freiburger Tourismusverband
Route de la Glâne 107
Case postale Postfach
1701 Fribourg
T. +41 (0)26 407 70 20
F. +41 (0)26 407 70 29
secretariat@fribourgregion.ch

www.fribourgregion.ch

