

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 2021
Wichtige Ereignisse 2021 16

Réseaux de randonnée
Freizeitwegnetz 18

Merci
Danksagung 22

Organes et membres
Organe und Mitglieder 24

Comptes 2021
Rechnung 2021 26

AVANT-PROPOS | VORWORT

Une loi voulue agile Ein gewollt agiles Gesetz



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

L'acceptation de la nouvelle loi sur le tourisme marque d'une pierre blanche 2021, une étape de choix ! Après plusieurs années de travaux, l'ambitieux projet de loi suscite l'adhésion unanime du Grand Conseil. La branche dispose désormais de leviers efficaces pour répondre à l'évolution de la technologie et des habitudes de ses hôtes.

Missions et objectifs fixés, la Commission marketing et promotion touristique prend au fil des mois son rythme de croisière. Représentante des associations faitières, des régions et intégrant des spécialistes du tourisme, elle fonctionne comme organe de coordination avec la Conférence des directeurs (COD) afin de tendre à une vision marketing commune.

Les restrictions sanitaires conduisent au printemps à l'annulation de la 97^e Assemblée générale de l'UFT. Rendez-vous est donné en présentiel en septembre pour une 1^{re} soirée destinée aux membres. La présentation de plusieurs projets d'envergure assure de l'esprit d'innovation du tourisme fribourgeois et de la confiance de ses acteurs en l'avenir.

Die Annahme des neuen Gesetzes über den Tourismus war ein Meilenstein des Jahres 2021, ein bedeutungsvoller Schritt! Nach mehrjährigen Arbeiten nahm der Grosse Rat den Gesetzesentwurf einstimmig an. Die Branche verfügt nun über effiziente Instrumente, um mit den technologischen Entwicklungen und den Gewohnheiten der Gäste Schritt zu halten.

Nach der Festlegung ihrer Aufgaben und ihrer Ziele fand die Marketing- und Tourismusförderungskommission im Lauf der Monate ihren Betriebsrhythmus. Als Vertreterin der Dachverbände und der Regionen zählt sie Tourismusexperten zu ihren Mitgliedern und funktioniert als Koordinationsorgan mit der Direktorenkonferenz (COD), um eine gemeinsame Marketingvision sicherzustellen.

Aufgrund der Einschränkungen durch die Gesundheitsmassnahmen wurde die 97. Generalversammlung des FTV im Frühling abgesagt. Stattdessen fand am 1. September eine Abendveranstaltung für die Mitglieder statt. Bei diesem Anlass wurden bedeutende Projekte präsentiert, ein klares Bekenntnis zum Innovationsgeist des Freiburger Tourismus und dem Vertrauen seiner Akteure in die Zukunft!

Unis face à la crise Geeint im Angesicht der Krise

Solidarité et coopération sont les maîtres-mots des partenaires touristiques en réaction aux effets douloureux de la pandémie. Avec le précieux soutien du plan de relance, la campagne de promotion commune sur le marché suisse « Ensemble – pour de vrai ! » suscite un vif intérêt, à l'exemple des 26'600 participants au concours.

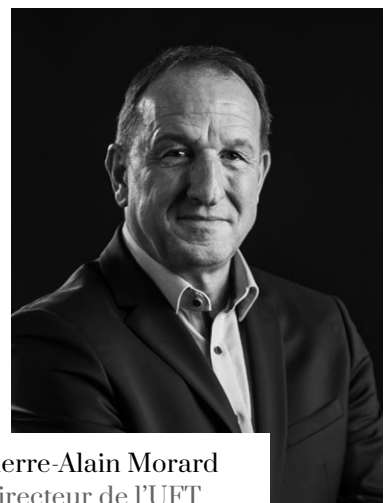
Déposé auprès du SECO en novembre, le rapport final du projet FIT'NG 2021 impacte en partie le contenu de la nouvelle loi sur le tourisme. Agilité, digitalisation et coordination... il débouche sur la réalisation de documents stratégiques et trace les pistes à suivre pour des pratiques plus efficaces.

L'UFT place la durabilité au centre de ses préoccupations. Sa participation au programme de Suisse Tourisme « Swisstainable » comme la rencontre PROtourism d'octobre attestent de son engagement en faveur du développement durable et de la mobilité douce. La création du réseau officiel cantonal VTT se place également dans cette volonté de développer un tourisme doux tout en misant sur la qualité de l'offre.

Solidarität und Zusammenarbeit waren die Schlüsselwörter der Tourismuspartner, um die unerfreulichen Auswirkungen der Pandemie zu bewältigen. Dank der wertvollen Unterstützung des Wiederankurbelungsplans stiess die auf dem Schweizer Markt durchgeführte Werbekampagne «Zusammen – natürlich echt» auf reges Interesse, 26'600 Personen nahmen am Gewinnspiel teil.

Der im November beim SECO eingereichte Schlussbericht des Projekts FIT'NG 2021 wirkte sich teilweise auf den Inhalt des neuen Tourismusgesetzes aus. Agilität, Digitalisierung und Koordination ... er führte zur Erstellung von strategischen Dokumenten und stellte die Weichen für effizientere Praktiken.

Der FTV rückte das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus seiner Aufmerksamkeit. Die Teilnahme am Programm «Swisstainable» von Schweiz Tourismus und das Rendez-vous PROtourism im Oktober zeugten von seinem Engagement für nachhaltige Entwicklung und sanfte Mobilität. Die Schaffung des offiziellen kantonalen Mountainbike-Netzwerks ist ebenfalls Teil des Bestrebens, einen sanften Tourismus zu fördern und gleichzeitig auf die Qualität des Angebots zu setzen.



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

1. Observatoire fribourgeois du Tourisme

1. Freiburger Tourismus-Observatorium

CHIFFRES CLÉS

Après un début d'année sous le signe de la pandémie, le tourisme reprend des couleurs à l'arrivée du printemps. Les nuitées progressent dans les Préalpes et la région des Lacs de manière réjouissante et ceci même jusqu'à fin octobre. Les Suisses restent fidèles à leur pays.

Les pourcentages se basent sur le comparatif entre les années 2021 et 2020. Il est fait mention également de l'évolution entre 2019 et 2021, plus représentative de la situation avant pandémie.

Retrouvez les tableaux détaillés sur la version digitale:

www.fribourgregion.ch/ra2021

WICHTIGE ZAHLEN

Nach einem Jahr im Zeichen der Pandemie nahm der Tourismus im Frühling wieder Fahrt auf. In den Voralpen und der Seenregion zeichnete sich eine erfreuliche Entwicklung der Logiernächte ab, die bis Oktober andauerte. Die Schweizer blieben ihrem Land treu.

Die Prozentangaben basieren auf dem Vergleich der Jahre 2021 und 2020. Auch die für die Situation vor der Gesundheitskrise repräsentativere Entwicklung zwischen 2019 und 2021 wird erwähnt.

Detaillierte Tabellen finden Sie in der digitalen Version:

www.fribourgregion.ch/tb2021

NUITÉES PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

Le bilan global 2021 de Fribourg Région affiche une augmentation de 7,5 % pour atteindre 1'630'444 nuitées. L'hôtellerie enregistre une hausse de 31,6 %, pour un total de 396'529 nuitées.

Au niveau de la parahôtellerie, l'excellente fréquentation des chambres d'hôtes et des campings contraste avec les hébergements collectifs souffrant encore de l'absence de clientèle groupes.

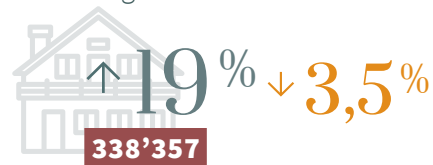
LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSTYP

Die globale Bilanz 2021 der Logiernächte der Region Freiburg konnte mit 1'630'444 einen Anstieg von 7.5 % verbuchen. Die Hotellerie verzeichnete einen Anstieg der Logiernächte um 31.6 % auf insgesamt 396'529. In der Parahotellerie stand die hervorragende Belegung der Gästezimmer und Campingplätze im Kontrast zu den Gruppenunterkünften, wo Gruppen noch fernblieben.

2020/2021 2019/2021



Nuitées hôtelières
Logiernächte Hotellerie



Nuitées parahôtelières commerciales
Kommerzielle Logiernächte
Parahotellerie



Nuitées secteur résidentiel
Logiernächte Zweitwohnungssektor

↑ 12 % ↓ 42 %

97'558

Nuitées en hébergements collectifs
Logiernächte in Gruppenunterkünften

↑ 22,1 % ↑ 41 %

125'543

Nuitées en institutions à service hôtelier
(p.ex. chambres d'hôtes)
Logiernächte in Betrieben mit
Hotelservice (z. B. Gästezimmer)

↑ 17,8 % ↑ 46 %

72'917

Nuitées en campings (passage)
Logiernächte auf Campingplätzen
(Durchreisende)

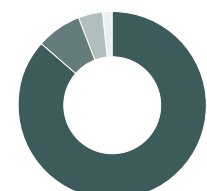
↑ 13,7 % ↓ 1 %

42'339

Nuitées en chalets et appartements
de vacances (locations)
Logiernächte in Chalets und
Ferienwohnungen (Vermietungen)

PROVENANCE DES HÔTES ET PARTS DE MARCHÉ

GÄSTEHERKUNFT UND MARKANTEILE



Hôtellerie

Principale part de marché, la clientèle suisse se maintient à un haut niveau à 80,3%. Les nuitées des marchés de proximité affichent une hausse bienvenue à l'image de la France (+6,7 %) et de l'Allemagne (+4,5 %).

Hotellerie

Die Schweizer Gäste behielten mit 80.3 % den grössten Marktanteil. Die Logiernächte von Gästen aus den Nachbarländern nahmen zu, zum Beispiel jene von Gästen aus Frankreich (+ 6.7 %) und Deutschland (+4.5 %).

■ SUISSE : 80,3 % SCHWEIZ
■ FRANCE : 6,7 % FRANKREICH
■ ALLEMAGNE : 4,5 % DEUTSCHLAND
■ ITALIE : 1,5 % ITALIEN

ACTIVITÉ PAR DISTRICT

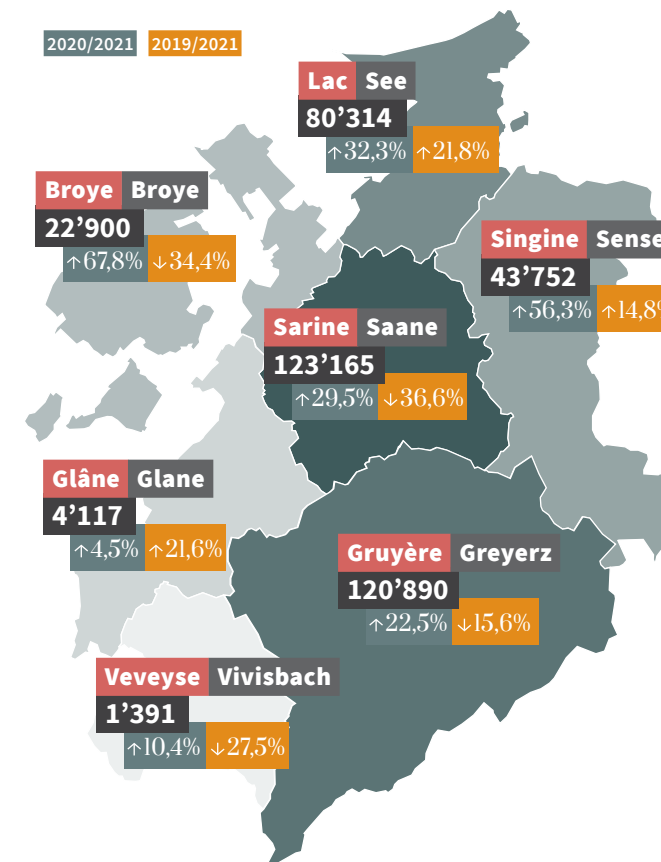
AKTIVITÄT NACH BEZIRK

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 et La Broye voient leurs nuitées évoluer de manière positive mais restent bien en deçà des résultats de 2019.

Logiernächte in Hotels

Die Bezirke See, Greyerz und Sense schneiden von Juli bis Oktober gut ab. In den Bezirken Saane und Broye entwickelten sich die Logiernächte positiv, blieben jedoch weit hinter den Ergebnissen von 2019 zurück.

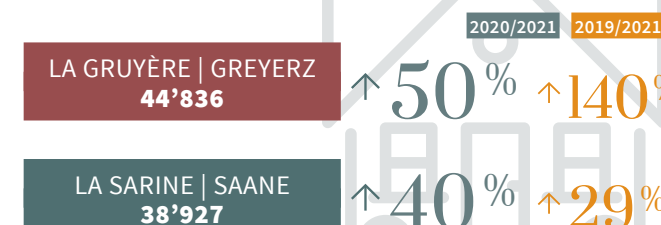


Nuitées en institutions à service hôtelier

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

Logiernächte in Betrieben mit Hotelservice

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

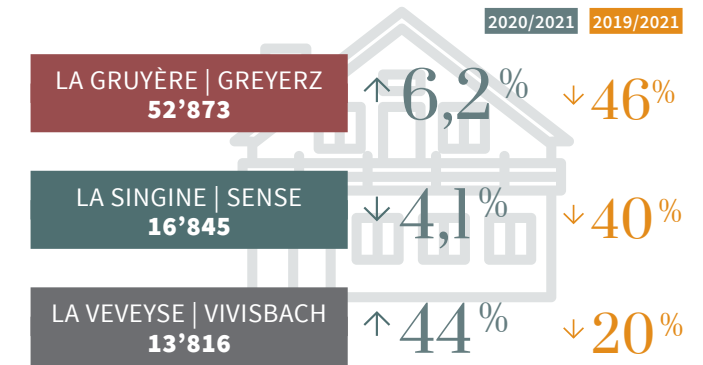


Nuitées en hébergements collectifs

Même si les nuitées évoluent dans certains districts, l'organisation de camps scolaires, sportifs ou culturels reste encore trop peu nombreuse en raison des restrictions sanitaires.

Übernachtungen in Gruppenunterkünften

Obwohl sich die Logiernächte in einigen Bezirken entwickelten, fanden aufgrund der pandemiebedingten Einschränkungen noch zu wenige Schul-, Sport- oder Kulturlager statt.

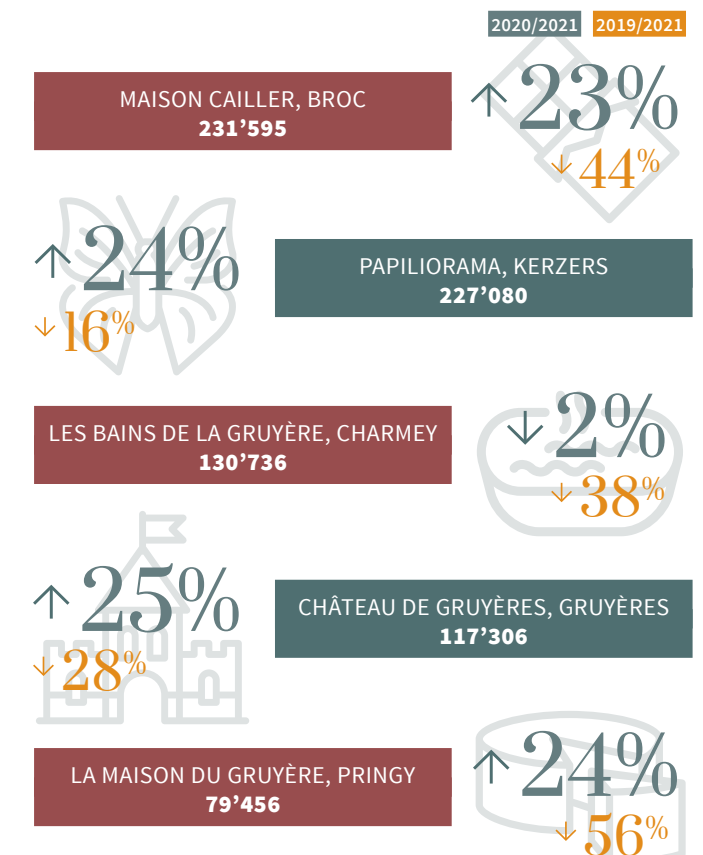


FRÉQUENTATION DES MUSÉES, LIEUX DE VISITE ET ATTRACTIONS TOURISTIQUES

Contraintes sanitaires, suppression d'événements et absence de clientèle étrangère impactent encore sur la fréquentation des plus importantes attractions touristiques.

BESUCHE DER MUSEEN, ATTRAKTIONEN UND TOURISTISCHEN SEHENSWÜRDIGKEITEN

Die sanitären Auflagen, die Absage von Veranstaltungen und das Fehlen ausländischer Gäste wirkte sich erneut auf die Besuchszahlen der wichtigsten touristischen Sehenswürdigkeiten aus.



2. Activités institutionnelles

2.1 POLITIQUE CANTONALE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Malgré les effets majeurs de la pandémie sur la branche, des projets stratégiques d'envergure se concrétisent en 2021 pour le tourisme fribourgeois.

Le Grand Conseil adopte le 8 octobre 2021 la nouvelle loi sur le tourisme (LT) à l'unanimité et une abstention. Ce succès résulte, sous l'égide de la Direction de l'économie et de l'emploi, de la qualité du projet émanant du Groupe de travail formé pour l'occasion et des débats constructifs de la Commission parlementaire. Cette loi cantonale se veut un outil moderne et agile devant répondre à l'évolution des technologies et aux changements de comportement des hôtes. La loi et son règlement entrent en vigueur au 1^{er} janvier 2022 avec une adaptation des tarifs de la taxe de séjour prévue au 1^{er} janvier 2023.

En coordination avec la LT, le projet FIT'NG 2021, pour Fribourg Innovation Tourism for Next Generations, vise à adapter les pratiques des organismes touristiques à de nouvelles méthodes de travail afin de gagner en efficacité et compétitivité. Le rapport final déposé auprès d'Innotour à fin novembre débouche sur plusieurs projets spécifiques : système commun de comptabilité analytique, élaboration d'une stratégie marketing et communication, création d'un centre de services partagés. Bénéficiant désormais d'une base légale, la plateforme en ligne CheckIn-FR simplifie la saisie et la transmission des données des hôtes. A la recherche des meilleures solutions pour les interfaces dépendant des systèmes de gestion des hôtels (CMS), CheckIn-FR poursuit son développement en suscitant l'intérêt de régions et destinations touristiques d'importance. Support de la carte d'hôte cantonale, la plateforme s'associe aux actions intégrées à la campagne marketing de relance du printemps.

Trois mesures définies dans le cadre du plan de relance de l'économie fribourgeoise lié à la pandémie se réalisent : campagne de promotion commune des partenaires touristiques sous le thème « Ensemble – pour de vrai ! », lancement de la création d'un réseau officiel cantonal de vélo tout terrain (VTT) bénéficiant également de l'appui de la NPR et soutien aux manifestations d'envergure à caractère touristique. L'UFT collabore également à un accès facilité à l'aide aux cas de rigueur et à la mise en place d'un parapluie de protection en cas d'annulation d'événements.

2.2 ACTIVITÉS STATUTAIRES

Pour la 2^e année consécutive, l'Assemblée générale de l'UFT est annulée en raison des restrictions sanitaires. Une consultation électronique permet aux membres de valider les objets liés à l'exercice 2020 et de donner ainsi décharge au Comité. A la baisse des nuitées et des



moyens en découlant, Suisse Tourisme répond par l'octroi d'une note de crédit accordée dans le cadre des aides fédérales urgentes, à faire valoir sur des actions promotionnelles tant en faveur de l'UFT que des OTR.

Le Comité adopte le nouveau règlement interne du personnel issu de la réflexion d'un groupe de travail intégrant collaboratrices, membres de la Direction et du Comité. Un Groupe de travail ad hoc se penche sur les conséquences de la réforme de la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat de Fribourg (CPPEF) sur le budget de l'UFT et les personnes impactées par une forte hausse des primes.

La Commission marketing et promotion touristique définit ses missions et ses objectifs. 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 collaboration avec la COD, elle valide la campagne commune liée au plan de relance et accorde son soutien au Suisse Fondue Festival dans l'optique de faire de Fribourg, le berceau de la fondue ! La commission suit l'évolution de l'étude sur les besoins et comportements des visiteurs dont le rapport final est attendu en février 2022.

2.3 COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Bilingue, le rapport d'activité de l'UFT se décline en versions print et digitale. En l'absence d'Assemblée générale, l'envoi du rapport s'accompagne d'un message de solidarité et de résilience face aux conséquences de la Covid pour les acteurs touristiques. Editée en juin uniquement, la newsletter institutionnelle « Tourisme Info » bénéficie de très bons taux d'ouverture et de clic auprès de 1'000 abonnés ; le portrait d'Isabelle Raboud-Schüle, directrice-conservatrice du Musée grüérien pendant 15 ans, soulève le plus d'intérêt.

Plusieurs conférences de presse jalonnent l'année 2021 : lancement de la campagne commune de relance, création d'un réseau officiel cantonal de vélo tout terrain et campagne automne et saveurs, bénéficiant à chaque fois de belles retombées médias. Avec une première : la diffusion en live streaming de la conférence de presse du 22 mars dévolue à la campagne de relance,

appréciée des médias en cette période de semi-confinement. Les autres actions de communication portent sur le bilan des nuitées 2020, le résultat positif des stations fribourgeoises et l'offre hivernale de Fribourg Région.

2.4 LABELLISATIONS

Suite à l'abandon par la FST du programme qualité à fin 2022, aucune entreprise ne renouvelle sa certification. L'UFT se tourne vers Swiss-tainable, la nouvelle stratégie de Suisse Tourisme (ST) ayant pour ambition de faire du pays la destination la plus durable au monde. Ouvert à toutes les entreprises et organisations du tourisme suisse, le programme se divise en trois niveaux basés sur l'engagement pour la durabilité. Le niveau I acquis par l'UFT engage l'institution dans la mise en œuvre de trois mesures : bilan CO2, plan de mobilité et intégration d'une rubrique tourisme durable sur son site.

L'UFT participe également 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 », les collaboratrices et collaborateurs de l'UFT se rendant au travail à vélo ou à pied parcourent 767 km. A noter que le personnel dispose d'un vélo électrique pour se rendre aux séances les plus proches.

2.5 ACTIONS DE SENSIBILISATION

Pour la 1^{re} fois, une soirée destinée exclusivement aux membres se déroule en septembre, afin de se retrouver en présentiel après de nombreux mois en visioconférences. Sous le thème « Fribourg Région : projets touristiques d'avenir », la transformation de la Maison du Gruyère, le complexe Goya Onda et l'agrandissement du Papiliorama attestent de l'innovation des prestataires touristiques du canton. Les Cadets de la Concordia agrémentent l'événement de leurs intermèdes musicaux.

En octobre, 135 personnes prennent part à la rencontre PROtourism organisée sur le site de Bluefactory. Quatre workshops consacrés à la durabilité animent la soirée dont l'invitation se démarque par une impression sur papier gazon. 790 acteurs du tourisme fribourgeois bénéficient du Pass PROtourism leur donnant accès à plus de 70 offres gratuites et illimitées.

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

Le Comité de gestion du FET confirme en 2021 des engagements plurianuels antérieurs à hauteur de 388'598 francs. Il valide le versement de l'aide extraordinaire de 358'680 francs à Télégryère SA pour le renouvellement des commandes et appareillages électriques de la télécabine de Charmey. Les travaux liés au funiculaire de Moléson sont planifiés en 2022.

Selon les dossiers parvenus au secrétariat du FET assumé par l'UFT, quelques porteurs de projets obtiennent en 2021 une aide financière ordinaire – soit une prise en charge partielle d'intérêts :

- Bildungs- und Gesundheitszentrum, Schwarzeesee: construction de chambres et salles de séminaires ;
- Restaurant & Hotel Ringmuer, Morat: rénovation des chambres de l'hôtel ;
- Hôtel Hacienda / My Hotel, Givisiez: construction de salles de séminaires et nouveau restaurant ;
- Chalet du Soldat / Soldatenhaus, Jaun: travaux sur l'approvisionnement et l'écoulement de l'eau, création d'une STEP.

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, 65 prestataires touristiques de l'hôtellerie et de la parahôtellerie en particulier auront bénéficié en 2020 et 2021 d'un soutien de 3'972'468 francs.

La nouvelle plateforme www.fet-tff.ch permet le traitement rapide des dossiers Covid et est utilisée également 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.

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. Malgré l'impact de la pandémie sur les nuitées, le produit de la taxe cantonale de séjour enregistre une hausse de 8,2% par rapport à 2020, se montant ainsi à 2,037 millions de francs ; le résultat reste toutefois inférieur aux recettes 2019 de 6,3%.

Chaque personne séjournant à Fribourg Région reçoit une carte d'hôte cantonale permettant de profiter de prix attractifs auprès de plus de 30 prestataires touristiques. En collaboration avec Remontées Mécaniques Alpes Fribourgeoises (RMAF), 14'000 bons donnant accès aux installations du canton durant la saison d'été sont offerts aux résidents secondaires afin de les remercier de leur fidélité en cette période de pandémie.



2. Institutionelle Aktivitäten

2.1 KANTONALE POLITIK FÜR DIE ENTWICKLUNG DES TOURISMUS

Obwohl die Branche hart von der Pandemie getroffen wurde, konkretisierten sich 2021 bedeutende strategische Projekte für den Freiburger Tourismus.

Am 8. Oktober 2021 nahm der Grosse Rat das neue Gesetz über den Tourismus (TG) einstimmig an, es gab eine Enthaltung. Unter der Schirmherrschaft der Volkswirtschaftsdirektion ist dieses Ergebnis der Qualität des Entwurfs zu verdanken, der von der zu diesem Anlass gebildeten Arbeitsgruppe erarbeitet wurde, sowie den konstruktiven Debatten der parlamentarischen Kommission. Das kantonale Gesetz ist ein modernes und agiles Instrument, das der technologischen Entwicklung und dem sich ändernden Verhalten der Gäste gerecht werden muss. Das Gesetz und sein Reglement treten am 1. Januar 2022 in Kraft, per 1. Januar 2023 ist eine Anpassung der Tarife der Aufenthaltstaxe geplant.

In Koordination mit dem TG zielt das Projekt FIT'NG 2021 (Fribourg Innovation Tourism for Next Generations) darauf ab, die Praktiken der Tourismusorganisationen an neue Arbeitsmethoden anzupassen, um effizienter und wettbewerbsfähiger zu werden. Aus dem Ende November bei Innotour eingereichten Schlussbericht gingen mehrere spezifische Projekte hervor: ein gemeinsames System für die analytische Buchhaltung, die Erarbeitung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie und die Erstellung eines Shared Services Centers.

Die Online-Plattform CheckIn-FR, die nunmehr über eine gesetzliche Grundlage verfügt, erleichterte die Erfassung und die Übermittlung der Kundendaten. Auf der Suche nach den besten Lösungen für die Schnittstellen, die von den Hotelmanagementsystemen (CMS) abhängen, wurde CheckIn-FR weiterentwickelt und weckte das Interesse von bedeutenden Tourismusregionen und Destinationen. Die Plattform ergänzt die kantonale Gästekarte und ist Teil der Massnahmen, die zur Marketingkampagne für die Wiederbelebung im Frühjahr gehören.

Drei Massnahmen, die im Rahmen des Wiederankurbelungsplans für die Freiburger Wirtschaft nach der Pandemie definiert wurden, wurden umgesetzt: gemeinsame Werbekampagne der touristischen Partner unter dem Motto «Zusammen – einfach echt!», Lancierung der Schaffung eines offiziellen kantonalen Mountainbike (MTB)-Netzes, das auch von der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützt wird, und Unterstützung von grossen touristischen Veranstaltungen. Der FTV arbeitete zudem an einem vereinfachten Zugang zu Härtefallhilfen und an der Umsetzung eines Schutzschirms für den Fall, dass Veranstaltungen abgesagt werden müssen.



2.2 STATUTARISCHE AKTIVITÄTEN

Zum 2. Mal in Folge wurde die Generalversammlung des FTV wegen der Gesundheitsmassnahmen abgesagt. Eine elektronische Konsultation ermöglichte es den Mitgliedern, die Ziele für das Geschäftsjahr 2020 zu validieren und den Vorstand zu entlasten. Angesichts des Rückgangs der Logiernächte und der daraus resultierenden fehlenden Mittel gewährte Schweiz Tourismus im Rahmen der Notkredite des Bundes eine Gutschrift, die für Werbeaktionen des FTV und der Regionalen Tourismusorganisationen (RTO) genutzt werden kann.

Der Vorstand nahm das neue interne Personalreglement an, das von einer Arbeitsgruppe erstellt wurde, der Mitarbeiterinnen sowie Mitglieder der Direktion und des Vorstands angehörten. Eine Ad-hoc-Arbeitsgruppe befasste sich mit den Folgen der Reform des beruflichen Vorsorgeplans der Pensionskasse des Staatspersonals (PKSPF) für das Budget des FTV und die von einem starken Prämienanstieg betroffenen Personen.

Die Marketing- und Tourismusförderungskommission definierte ihre Aufgaben und ihre Ziele. Unter dem Vorsitz von Serge Collaud und seiner Stellvertreterin Johanna Gapany umfasst sie Vertreter der Dachverbände und der Regionen sowie Branchenexperten. In Zusammenarbeit mit der RDK validierte sie die gemeinsame Kampagne im Rahmen des Wiederankurbelungsplan und unterstützte das Suisse Fondue Festival, um Freiburg zur Fondue-Hochburg zu machen. Die Kommission verfolgte die Entwicklung der Studie zu den Bedürfnissen und dem Verhalten der Besucher, der Schlussbericht wird im Februar 2022 erwartet.

2.3 INSTITUTIONELLE KOMMUNIKATION

Der zweisprachige Tätigkeitsbericht des FTV ist in zwei Versionen verfügbar, einer gedruckten und einer digitalen Version. Da die Generalversammlung nicht stattfand, wurde dem Bericht eine Botschaft der Solidarität beigelegt, um den Folgen von Covid für die Tourismusakteure den Kampf anzusagen. Der nur im Juni erschienene institutionelle Newsletter «Tourismus Info» erzielte sehr gute Öffnungs- und Klickraten bei 1'000 Abonnenten; das Porträt von Isabelle Raboud-Schüle, die 15 Jahre lang als Direktorin und Konservatorin des Musée gruérien tätig war, weckte das grösste Interesse.

2021 fanden mehrere Pressekonferenzen statt: Lancierung der gemeinsamen Wiederbelebungskampagne, Schaffung eines offiziellen kantonalen Mountainbike-Netzes und Kampagne «Herbst und Genuss», die allesamt ein grosses

Medienecho hervorriefen. Es gab eine Premiere: Die Pressekonferenz am 22. März zur Wiederbelebungskampagne wurde im Live-Stream übertragen, was von den Medien während des Teil-Lockdowns sehr geschätzt wurde. Die sonstigen Kommunikationsmassnahmen bezogen sich auf die Bilanz der Logiernächte 2020, das positive Ergebnisse der Freiburger Ferienorte und das Winterangebot der Region Freiburg.

2.4 LABELS

Da das Qualitätsprogramm Ende 2022 vom STV eingestellt wird, erneuerte kein Unternehmen seine Zertifizierung. Der FTV wendet sich Swisustainable zu, der neuen Strategie von Schweiz Tourismus (ST), die das Land zum nachhaltigsten Reiseziel der Welt machen will. Das Programm steht allen Unternehmen und Organisationen des Schweizer Tourismus offen und ist in drei Stufen unterteilt, die für das Engagement für Nachhaltigkeit stehen. Die Stufe des FTV verpflichtet die Institution zur Umsetzung von drei Massnahmen: CO2-Bilanz, Mobilitätsplan und Integration einer Rubrik für nachhaltigen Tourismus in die Website.

Der FTV ist ausserdem 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» legten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des FTV, die mit dem Velo oder zu Fuss zur Arbeit kamen, insgesamt 767 km zurück. Für den Weg zu Sitzungen, die in der Nähe stattfinden, steht dem Personal ausserdem ein E-Bike zur Verfügung.

2.5 SENSIBILISIERUNGSMASSNAHMEN

Im September fand erstmals eine Abendveranstaltung nur für die Mitglieder statt, um sich nach langen Monaten, in denen nur Videokonferenzen möglich waren, endlich wieder persönlich zu treffen. Unter dem Thema «Region Freiburg: Tourismusprojekte der Zukunft» brachten die touristischen Leistungserbringer des Kantons ihren Innovationsgeist in Projekten wie dem Umbau des La Maison du Gruyère, der Anlage Goya Onda und der Vergrösserung des Papilioramas zum Ausdruck. Das Jugendmusikkorps La Concordia begleitete die Veranstaltung musikalisch.

Im Oktober nahmen 135 Personen am Treffen PROtourism teil, das auf dem Gelände der Bluefactory organisiert wurde. Während des Abends fanden vier Workshops statt, die der Nachhaltigkeit gewidmet waren; die Einladungen wurden auf Graspapier gedruckt. 790 Akteure des Freiburger Tourismus besitzen den Pass PROtourism, welcher kostenlosen und unbegrenzten Zugang zu mehr als 70 Angeboten bietet.

2.6 TOURISMUSFÖRDERUNGSFONDS DES KANTONS FREIBURG (TFF)

2021 bestätigte der Verwaltungsausschuss des TFF früher eingegangene mehrjährige Verpflichtungen in der Höhe von 388'598 Franken. Er validierte die Zahlung der ausserordentlichen Hilfe von 358'680 Franken an Télégryère SA für die Erneuerung der Steuerungen und elektrischen Anlagen der Gondelbahn Charmey. Die Arbeiten an der Standseilbahn Moléson sind für 2022 geplant.

Gemäss den Dossiers, die beim durch den FTV geführten Sekretariat des TFF eingegangen waren, erhielten einige Projektträger 2021 eine ordentliche Finanzhilfe (Teilübernahme der Zinsen).

- Bildungs- und Gesundheitszentrum, Schwarzsee: Bau von Zimmern und Seminarräumen;
- Restaurant & Hotel Ringmauer, Murten: Renovierung des Hotelteils;
- Hotel Hacienda / My Hotel, Givisiez: Bau von Seminarräumen und eines neuen Restaurants;
- Chalet du Soldat/Soldatenhaus, Jaun: Arbeiten an der Wasserversorgung und am Wasserabfluss, Bau einer Kläranlage.

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. 2020 und 2021 profitierten 65 touristische Leistungserbringer in der Hotellerie und der Parahotellerie von einer Unterstützung in Höhe von 3'972'468.- Franken.

Die neue Plattform www.fet-tff.ch ermöglichte die schnelle Bearbeitung der Covid-Dossiers und wird auch für die Einreichung von Dossiers beim TFF genutzt.

2.7 FREIBURGER ZENTRAKKASSE FÜR DIE AUFENTHALTSTAXE

Alle Verkehrsvereine des Kantons, siebzehn an der Zahl, erteilten der Freiburger Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe das Mandat für das Inkasso der Taxen.

Die kantonale Aufenthaltstaxe brachte dem FTV die nötigen Mittel ein, um die Dienstleistungen in den Bereichen Information, Unterhaltung sowie touristische Anlagen für die Gäste im ganzen Kanton zu finanzieren. Trotz der Auswirkungen der Pandemie auf die Logiernächte wurde bei den Einnahmen durch die kantonale Aufenthaltstaxe ein Anstieg von 8,2% gegenüber 2020 festgestellt. Das Ergebnis von 2,037 Millionen Franken liegt dennoch 6,3% unter dem von 2019.

Jede Person, die in der Region Freiburg übernachtet, erhält eine kantonale Gästekarte, die Zugang zu attraktiven Vergünstigungen bei mehr als 30 touristischen Leistungserbringern bietet. In Zusammenarbeit mit dem Verband Seilbahnen Freiburger Alpen (SBFA) wurden während der Sommersaison 14'000 Gutscheine für die Anlagen an die Zweitwohnungsbesitzer verschenkt, um ihnen für ihre Treue während der Pandemie zu danken.



3. Marketing

3.1 CAMPAGNES ET MARCHÉS : POINTS FORTS

Fribourg Région mise en priorité sur les actions de promotion destinées au public suisse, en particulier outre Sarine. Les activités en faveur des marchés étrangers reprennent au fil des mois.

Campagne de relance printemps

Les partenaires touristiques s'unissent autour d'une campagne de promotion commune destinée au marché suisse sous le thème « Vrai, pour de vrai ! ». Cette démarche unique s'inscrit dans le cadre du plan de relance du canton de Fribourg pour lutter contre les effets de la crise du coronavirus.

- Transports publics offerts à 70'000 hôtes
- Bons de 20.- francs remis aux 5'000 premiers séjours
- Record de 26'600 participants au concours doté de 150 séjours
- Distribution de 6'000 cuchaules et flyers dans 6 gares suisses
- Diffusion de 8 clips des humoristes Stéphanie Berger et Blaise Bersinger avec 60'000 vues

Campagne automne

Terroir Fribourg et Fribourg Région regroupent leurs forces pour une campagne digitale « Automne et saveurs », déclinée sur 2021 et 2022. Ce projet pilote soutenu par la NPR scelle un partenariat sur le long terme.

- Promotion de 7 produits phares, 7 producteurs, 7 destinations
- Campagne labellisée Carbon Fri, une 1^{re} pour une promotion touristique
- Mise à disposition des hôtes d'un calculateur de CO2 chiffrant leur bilan carbone
- Trafic sur la landing page de 64'000 visites uniques
- Gain de 13 millions d'impressions à l'aide du marketing programmatique

Campagne hiver

Dans le but de soutenir ses partenaires en période de pandémie, Fribourg Région initie une campagne hiver destinée au marché suisse.

- Durée de la campagne de mi-décembre 2020 à fin mars 2021
- Première landing page créée par Fribourg Région pour la saison d'hiver
- Plus de 36'000 visites des 6 bons plans d'activités proposées online

Campagne Allemagne

Fribourg Région bénéficie de la collaboration de l'agence Wächter&Wächter, basée à Munich, pour sa propre campagne sur le marché allemand.

- Présence sur le magazine GEO online de 5 articles atteignant 90'000 vues
- Publiereportage « Randonnée et culture à Fribourg Région » de 8 pages dans Reisewelt Alpen
- Articles dans Gour-med et Wanderlust faisant suite à un voyage et deux communiqués de presse
- Séjour de la bloggeuse Nina « Reisehappen » avec à la clé 3 articles de qualité

Campagne suisse été

Le contenu de la propre campagne été de Fribourg Région, réalisée en partenariat avec les 7 Organisations touristiques régionales (OTR), se concrétise par 15 actions uniquement digitales.

- Plus de 244'000 vues complètes sur les réseaux sociaux des 16 vidéos réalisées à l'interne
- Affichage des clips sur écran numérique à 78'000 reprises dans 5 gares
- Visite du canton par 8 influenceurs suisses
- Trafic sur la landing page en hausse de 16 % pour 106'590 visites uniques

Campagne internationale de Suisse Tourisme Eté

Gustav sert d'ambassadeur à la « Story » sur le bilinguisme, fer de lance des actions digitales de Fribourg Région dans le cadre de la campagne été de ST.

- Multimedia Story illustrant l'originalité du mélange des langues dans le canton
- Production de 2 courtes vidéos (Morat et Moléson) diffusées sur Facebook et Instagram
- Diffusion de 5 key visuals avec le meilleur résultat pour les chutes de Chavanettes à Rue
- Un total de 31'000 sessions sur les sites web et de 545'500 vues des vidéos

Campagne internationale de Suisse Tourisme Hiver

Avec sa campagne « My First Time », ST invite les hôtes à vivre un hiver différent et à se lancer de nouveaux défis. Les expériences proposées dépendent toutefois de l'évolution de la situation liée à la pandémie.

- Proposition de 3 activités inédites : ski de randonnée aux Paccots, luge sous les Gastlosen à Jaun et Palais de glace à Schwarzsee
- Présence sur le site web de ST et des bons plans sur celui de Fribourg Région avec 12'600 sessions enregistrées
- Diffusion multicanaux avec plus de 870'000 personnes atteintes

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France

Travailler avec des médias leaders et innovants, à l'aide de prescripteurs locaux ou célèbres, tel est l'objectif des campagnes et du travail presse de l'UFT en collaboration avec ST sur le marché français.

- Vidéo de 27 min diffusée sur la chaîne de Jamy « Youtube Epicurieux » avec 391'000 vues
- Présence sur la plateforme mobile My Litte Paris – Allo La Suisse dotée de 2 millions d'utilisateurs
- Escape game virtuel à deux chambres sur le site du Courrier international générant 13,8 millions de contacts
- Participation au Salon IMM Paris avec 24 rencontres individuelles presse et bloggeurs

Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne

Si le focus porte sur les actions digitales et la contribution d'influenceuses, les sujets vedettes de la gastronomie et du Grand Tour de Suisse trouvent à nouveau leur public.

- Digitalisation du Gastro Booklet des spécialités fribourgeoises téléchargé 21'460 fois
- Promotion de nouveaux forfaits Grand Tour par Newsletter Travelzoo avec 2,4 millions de contacts
- Impression d'une pocket card avec QR Code par le magazine Viajes National Geographic
- Visite de deux instagrameuses « Heidis Modernos » générant 16,5 millions de contacts dont 4'000 likes sur post de la Désalpe de Charmey

Eurotrek

Plusieurs itinéraires de randonnée à pied et à vélo (cyclotourisme et VTT) de Fribourg Région, répertoriés sur SuisseMobile, se retrouvent sur les propositions de vacances actives d'Eurotrek.

- Tirage du catalogue à 40'000 ex. en allemand et 15'000 ex. en français
- Réservation de 463 forfaits randonnée et bike dont 172 pour le très prisé circuit Fribourg Région
- Obtention de 2'301 nuitées par ce partenariat promotionnel avec le tour opérateur

3.2 RELATIONS MÉDIAS ET INFLUENCEURS

En collaboration avec Suisse Tourisme et les partenaires concernés, les services de l'UFT accueillent l'an dernier 22 représentants des médias touristiques et blogueurs.

- 119 articles influencés par l'UFT avec plus de 50 millions de contacts
- 20 articles initiés par Susi Schildknecht en charge des RP pour la Suisse alémanique pour un lectorat de 11 millions de personnes

3.3 PUBLICATIONS

Carte illustrée et Pocket Card remplacent le magazine Fribourg Région non réédité en raison de la suppression des salons et de la digitalisation.

- Carte Highlighths imprimée à 150'000 ex. dont 26 % utilisés en 2021
- Pocket Card hiver certifiée Carbon Fri avec diffusion totale des 10'000 ex.
- Distribution de 79'000 brochures auprès des partenaires et lieux de visite
- Recul de 13 % de la diffusion des brochures dans les espaces d'information A1 et A12

3.4 MATÉRIEL PHOTOGRAPHIQUE, VIDÉOS

Fribourg Région produit la plupart des photos et vidéos à l'interne grâce à une équipe renforcée disposant de matériel de qualité.

- Réalisation des shootings en prévision des diverses campagnes 2022 pour le marché suisse
- Mise à disposition des médias et partenaires de 4'600 photos sur Flickr
- Tournage et montage à l'interne de 29 vidéos et 7 en collaboration avec Terroir Fribourg
- Diffusion multicanaux (plus de 700'000 vues) des vidéos dont celle consacrée aux incontournables de l'été avec 44'000 likes sur Facebook





3.5 COMMUNICATION MARKETING ET INFORMATION

Site internet

Dès le 15 décembre, Fribourg Région et ses 7 OTR disposent d'un site internet unifié avec pour objectif de gagner en visibilité et facilité d'utilisation.

- Hausse de 23 % de janvier à novembre pour les 8 sites, soit plus de 4 millions de visites
- Augmentation de 36 % du trafic sur le site www.fribourgregion.ch sur 11 mois
- Visites effectuées en majorité sur mobile (64 %), sur desktop (31 %) et tablettes (5 %)
- Consultation en priorité des pages webcams, randonnées pédestres et du concours de la campagne de printemps

Réseaux sociaux

Les nouvelles ressources dévolues aux réseaux sociaux contribuent à agrandir et fidéliser les diverses communautés de Fribourg Région.

Facebook

- Hausse de 19 % des abonnés de la page Fribourg Région, la plus importante du canton avec 117'655 followers
- Subdivision en 4 pages locales : Suisse romande, Suisse alémanique, France et Allemagne
- Plus de 140 publications sur les pages romande et alémanique dont ¼ de vidéos
- Meilleur post sur les 2 pages de la vidéo sur les propositions d'activités estivales en famille

Instagram

- Nombre d'abonnés du compte Instagram se chiffrant à 28'818 dont 57 % de femmes
- Publication de 138 posts, à l'exemple d'une photo de Fribourg au coucher de soleil avec plus de 6'000 likes

LinkedIn

- Belle évolution en 2021 du réseau professionnel avec 1'790 abonnés
- Présentations ludiques de 25 employés de l'UFT représentant les publications les plus appréciées sur les 123 réalisées

Twitter

- Près de 200 tweets postés sur des sujets à la fois institutionnel et marketing
- Progression du nombre d'abonnés à 4'300 avec observation de leur comportement et réactivité

Blog Fribourg Région

Les rencontres, coups de cœur et découvertes insolites du canton rencontrent au fil des mois de plus en plus d'intérêt auprès des visiteurs du blog.

- Rédaction de 12 articles par Mélanie Rouiller (en français) et Susi Schildknecht (en allemand)
- Evolution du trafic en 2021 de 366 %, soit près de 18'000 visites

Newsletter marketing

Le contenu des Newsletters marketing se concentre sur les actions des campagnes de promotion afin d'en renforcer la visibilité.

- Envoi de la Newsletter à 11 reprises à plus de 28'000 destinataires
- Rédaction en 3 langues (français, allemand, anglais) dont 60 % en version francophone

Spécialités fribourgeoises

Toutes les informations en lien avec les spécialités fribourgeoises se trouvent désormais sur le site de Fribourg Région.

- Référencement de 109 restaurants et buvettes d'alpages du canton
- Sélection répondant aux critères d'offre minimale d'un plat et un dessert/vin issus du terroir fribourgeois

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 Region Freiburg setzte hauptsächlich auf Fördermassnahmen für das Schweizer Publikum, insbesondere aus der Deutschschweiz.

Die Aktivitäten für die ausländischen Märkte liefen im Lauf der Monate wieder an.

Wiederbelebungskampagne Frühling

Die touristischen Partner brachten eine gemeinsame Werbekampagne mit dem Slogan «Zusammen - natürlich echt!» auf den Weg, ein ausserordentliches Vorgehen, das im Rahmen des Wiederankurbelungsplans des Kantons Freiburg erfolgte, um die Folgen der Corona-Krise zu bekämpfen.

- 70'000 Gäste konnten die öffentlichen Verkehrsmittel kostenlos nutzen
- Gutscheine im Wert von 20.- Franken für die ersten 5'000 Aufenthalte
- Rekord von 26'600 Teilnehmenden an dem Gewinnspiel, bei dem 150 Aufenthalte verlost wurden
- Verteilung von 6'000 Cuchales und Flyern an 6 Schweizer Bahnhöfen
- Verbreitung von 8 Clips der Komiker Stéphanie Berger und Blaise Bersinger mit 60'000 Views

Herbstkampagne

Terroir Fribourg und die Region Freiburg bündelten ihre Kräfte für die digitale Kampagne «Herbst und Genuss», die 2021 und 2022 durchgeführt wird. Das von der NRP unterstützte Pilotprojekt besiegelte eine langfristige Partnerschaft.

- Promotion von 7 berühmten Produkten, 7 Produzenten, 7 Destinationen
- Kampagne mit dem Label Carbon Fri, eine Premiere für die Tourismusförderung
- Bereitstellung eines CO2-Rechners für die Gäste, um ihre CO2-Bilanz zu ermitteln
- Traffic auf der Landingpage mit 64'000 Unique Visits
- 13 Millionen Ad Impressions dank programmatischem Marketing

Winterkampagne

Um ihre Partner während der Pandemie zu unterstützen, führte die Region Freiburg eine Winterkampagne für den Schweizer Markt durch.

- Dauer der Winterkampagne von Mitte Dezember 2020 bis Ende März 2021
- Die erste von der Region Freiburg erstellte Landingpage für die Wintersaison
- Mehr als 36'000 Aufrufe der 6 online vorgeschlagenen Aktivitäten

Kampagne Deutschland

Die Region Freiburg profitierte von der Zusammenarbeit mit der Münchener Agentur Wächter&Wächter für ihre erste eigene Kampagne auf dem deutschen Markt.

- Veröffentlichung von 5 Artikeln im GEO-Magazin online, die 90'000 Views erzielten
- Publiereportage «Wandern und Kultur in Fribourg Region» auf 8 Seiten in Reisewelt Alpen
- Artikel in Gour-med und Wanderlust, im Anschluss an eine Pressereise und zwei Pressemitteilungen
- Aufenthalt der Bloggerin Nina «Reisehappen», der zu 3 hochwertigen Artikeln führte



Schweizer Sommerkampagne

Der Inhalt der Sommerkampagne der Region Freiburg, die in Partnerschaft mit den 7 regionalen Tourismusorganisationen (RTO) erstellt wurde, konkretisierte sich durch 15 ausschliesslich digitale Aktionen.

- Mehr als 244'000 vollständige Views der 16 intern realisierten Videos in den sozialen Netzwerken
- Insgesamt 78'000 Wiedergaben der Clips auf digitalen Bildschirmen in 5 Bahnhöfen
- Besuch des Kantons durch 8 Schweizer Influencer
- 16% mehr Traffic auf der Landingpage für 106'590 Unique Visits



Internationale Kampagne von Schweiz Tourismus Sommer

Gustav war Botschafter der «Story» zur Zweisprachigkeit, das Zugpferd der digitalen Aktionen der Region Freiburg im Rahmen der Sommerkampagne von ST.

- Multimedia Story, die die Originalität des Sprachenmixes im Kanton veranschaulicht
- Produktion von 2 kurzen Videos (Murten und Moléson), die auf Facebook und Instagram verbreitet wurden
- Verbreitung von 5 Key Visuals, die Wasserfälle Chutes de Chavanettes in Rue erzielten das beste Ergebnis
- Insgesamt 31'000 Seitenaufrufe auf den Websites und 545'500 Videoaufrufe

Internationale Kampagne von Schweiz Tourismus Winter

Mit der Kampagne «My First Time» lud ST die Gäste ein, einen etwas anderen Winter zu erleben und neue Herausforderungen zu wagen. Die vorgeschlagenen Erlebnisse hingen jedoch von der Entwicklung der pandemischen Lage ab.

- Empfehlung von 3 neuen Aktivitäten: Ski-Touring in Les Paccots, Schlitteln unter den Gastlosen in Jaun und Eispaläste in Schwarzsee
- Präsenz auf der Website von ST und der Seite mit den Tipps der Website der Region Freiburg mit 12'600 registrierten Seitenaufrufen
- Verbreitung in mehreren Kanälen mit mehr als 870'000 erreichten Personen

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Frankreich

Ziel der Kampagnen und der Pressearbeit des FTV in Zusammenarbeit mit ST auf dem französischen Markt ist es, mithilfe von lokalen oder berühmten Meinungsmachern Kooperationen mit führenden und innovativen Medien durchzuführen.

- Video von 27 Min. auf dem Kanal von Jamy «Youtube Epicurieux» mit 391'000 Views
- Präsenz auf der mobilen Plattform My Litte Paris – Allo La Suisse mit 2 Millionen Nutzern
- Virtuelles Escape Game mit zwei Räumen auf der Website von Courrier international, das 13,8 Millionen Kontakte generierte
- Teilnahme an der Networking-Veranstaltung IMM Paris mit 24 individuellen Meetings mit der Presse und Bloggern

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Spanien

Obwohl der Fokus auf den digitalen Massnahmen und dem Beitrag von Influencerinnen lag, wurde den Aushängeschildern der Gastronomie und der Grand Tour of Switzerland erneut die verdiente Aufmerksamkeit zuteil

- 21'460 Downloads der digitalisierten Version des Gastro Booklets der Freiburger Spezialitäten
- Werbung für neue Pauschalangebote für die Grand Tour im Travelzoo Newsletter mit 2,4 Millionen Kontakten
- Druck einer Pocket Card mit QR-Code durch die Zeitschrift Viajes National Geographic
- Besuch der zwei Instagramerinnen «Heidis Modernos», der 16,5 Millionen Kontakte generierte, davon 4'000 Likes für den Post über den Alpbazug in Charmey

Eurotrek

Unter den Vorschlägen für Aktivurlaub auf Eurotrek finden sich mehrere Wander- und Velorouten (Velotourismus und Mountainbike) in der Region Freiburg, die auf SchweizMobil erfasst sind.

- Druckauflage des Katalogs von 40'000 Ex. auf Deutsch und 15'000 Ex. auf Französisch
- Reservierung von 463 Pauschalangeboten Wandern und Bike, darunter 172 für die sehr beliebte Rundtour Fribourg Region
- 2'301 generierte Logiernächte durch die Werbepartnerschaft mit dem Tour Operator

3.2 BEZIEHUNGEN MIT MEDIEN UND INFLUENCERN

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und den betroffenen Partnern empfing das Medienteam des FTV 33 Vertreter touristischer Medien und Blogger.

- 119 Artikel von Influencern für den FTV mit mehr als 50 Millionen Kontakten
- 20 Artikel von Susi Schildknecht, die für die Medienbeziehungen in der Deutschschweiz zuständig ist, die 11 Millionen Personen erreichten

3.3 PUBLIKATIONEN

Eine illustrierte Karte und eine Pocket Card ersetzen die Broschüre der Region Freiburg, die aufgrund der Absagen der Messen und der Digitalisierung nicht erneut aufgelegt wurde.

- Von der Highlights-Karte wurden 150'000 Ex. gedruckt, 26% davon wurden 2021 verwendet
- 10'000 Ex. der Carbon Fri zertifizierten Pocket Card Winter wurden in Umlauf gebracht
- Verteilung von 79'000 Broschüren bei Partnern und Attraktionen
- Rückgang der Verteilung der Broschüren an den Tourismusinformationsstellen an der A1 und A12 um 13%

3.5 MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION

Internetseite

Seit dem 15. Dezember verfügen die Region Freiburg und ihre 7 RTO über eine gemeinsame Internetseite, um ihre Sichtbarkeit und die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen.

- Anstieg der Aufrufe der 8 Websites von Januar bis November um 23 %, d. h. mehr als 4 Millionen Besuche
- Zunahme des Traffics auf der Website www.fribourgregion.ch in 11 Monaten um 36 %
- Aufrufe grösstenteils über Smartphones (64 %), gefolgt von Desktop-Computern (31 %) und Tablets (5 %)
- Die Seiten der Webcams, der Wanderungen und des Gewinnspiels der Frühlingskampagne wurden am häufigsten besucht

Soziale Netzwerke

Zusätzliche Ressourcen im Bereich der sozialen Netzwerke tragen dazu bei, die verschiedenen Communitys der Region Freiburg zu vergrössern und ihre Treue zu sichern.

Facebook

- Anstieg der Abonnenten der Seite Fribourg Region um 19%, die grösste Community des Kantons mit 117'655 Followern
- Unterteilung in 4 lokale Seiten: Westschweiz, Deutschschweiz, Frankreich und Deutschland
- Mehr als 140 Veröffentlichungen auf den Seiten der Westschweiz und der Deutschschweiz, davon ¼ Videos
- Erfolgreichster Post auf beiden Seiten war das Video zu den Tipps für Sommeraktivitäten mit der Familie

Instagram

- Der Instagram Account hat 28'818 Abonnenten, 57% davon sind Frauen
- Veröffentlichung von 138 Posts, zum Beispiel ein Foto von Freiburg bei Sonnenuntergang, das mehr als 6'000-mal gelikt wurde

LinkedIn

- Gute Entwicklung des professionellen Netzwerks 2021 mit 1'790 Abonnenten
- Die unterhaltsamen Vorstellungen von 25 Mitarbeitenden des FTV gehörten zu den beliebtesten der insgesamt 123 Beiträge

Twitter

- Fast 200 Tweets zu institutionellen und Marketing-Themen
- Anstieg der Abonnentenzahl auf 4'300 mit Beobachtung ihres Verhaltens und ihrer Reaktionen

3.4 BILD- UND VIDEOMATERIAL

Dank eines verstärkten Teams, das über hochwertiges Arbeitsmaterial verfügt, produziert die Region Freiburg den Grossteil der Fotos und Videos hausintern.

- Durchführung von Shootings für diverse bevorstehende Kampagnen 2022 für den Schweizer Markt
- Bereitstellung von 4'600 Fotos für Medien und Partner auf Flickr
- Dreh und interner Schnitt von 29 Videos und 7 weiteren in Zusammenarbeit mit Terroir Fribourg
- Verbreitung der Videos auf mehreren Kanälen (mehr als 700'000 Views), darunter das Video für die wichtigsten Sommeraktivitäten mit 44'000 Likes auf Facebook

Blog Fribourg Region

Die Begegnungen, Highlights und originellen Entdeckungen des Kantons weckten im Lauf der Monate immer grösseres Interesse bei den Besuchern des Blogs.

- Verfassung von 12 Artikeln von Susi Schildknecht (auf Deutsch) und Mélanie Rouiller (auf Französisch)
- Zunahme des Traffics 2021 um 366 %, d. h. fast 18'000 Besuche

Marketing Newsletter

Der Inhalt des Marketing-Newsletters konzentrierte sich auf die Aktionen der Werbekampagnen, um ihre Sichtbarkeit zu stärken

- Der Newsletter wurde 11-mal an über 28'000 Empfänger versendet.
- Er erscheint in 3 Sprachen (Französisch, Deutsch, Englisch), die französische Version hat einen Anteil von 60 %.

Freiburger Spezialitäten

Sämtliche Informationen im Zusammenhang mit den Freiburger Spezialitäten stehen nun auf der Website der Region Freiburg zur Verfügung.

- Erfassung von 109 Restaurants und Berghütten des Kantons
- Das Restaurant muss mindestens ein Gericht und ein Dessert/Wein aus der Region Freiburg auf der Karte haben

Information

Der FTV beantwortet touristische Anfragen unter der Woche telefonisch, per E-Mail und Online-Chat, La Gruyère Tourisme stellt diese Dienstleistung an Wochenenden und Feiertagen sicher.



Faits marquants 2021

Malgré les effets de la pandémie, l'année touristique fribourgeoise se jalonne de nombreuses réalisations, de campagnes promotionnelles et de la poursuite de projets stratégiques d'envergure :

MARS - MÄRZ

CAMPAGNE « VRAI, POUR DE VRAI ! »

70'000 hôtes bénéficient des transports publics offerts dans le cadre de la campagne de promotion des partenaires touristiques soutenue par le plan de relance.

GEMEINSAME KAMPAGNE « DAS ECHTE, IN ECHT! »

70'000 Gäste konnten im Rahmen der Werbekampagne der touristischen Partner, die vom Wiederankurbelungsplan unterstützt wurde, kostenlos die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen.



JUILLET - JULI

FEU VERT POUR LE VTT

Positionner Fribourg Région comme destination VTT et e-bike, tel est l'objectif de la création du réseau officiel cantonal soutenue par le plan de relance et la NPR.

GRÜNES LICHT FÜR MOUNTAINBIKES

Die Region Freiburg als MTB- und E-Bike-Destination positionieren, so lautet das erklärte Ziel des Projekts für die Schaffung eines kantonalen MTB-Netzes, das vom Wiederankurbelungsplan und der NRP unterstützt wird.

AOÛT - AUGUST

TOURISME ET TERROIR RÉUNIS

Une conférence de presse scelle le 25 août un partenariat entre Terroir Fribourg et Fribourg Région dans le cadre de la campagne digitale « Automne et saveurs », labellisée Carbon Fri.

TOURISMUS UND TERROIR VEREINT

Bei einer Pressekonferenz am 25. August wurde eine Partnerschaft zwischen Terroir Fribourg und der Region Freiburg im Rahmen der digitalen Kampagne « Herbst und Genuss » besiegelt, die sich mit dem Label Carbon Fri schmücken konnte.



Wichtige Ereignisse 2021

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

OCTOBRE - OKTOBER

LA DURABILITÉ COMME MOTTO

Le site de Bluefactory sert de décor aux quatre workshops au programme de la rencontre PROtourism consacrée au développement durable et à ses enjeux.

NACHHALTIGKEIT ALS MOTTO

In der Bluefactory fanden im Rahmen des Rendez-vous PROtourism vier Workshops zu nachhaltiger Entwicklung und ihren Herausforderungen statt.



NOVEMBRE - NOVEMBER

GAGNER EN COMPÉTENCES

Voulu participatif, le projet FIT'NG arrive à son terme avec plusieurs documents stratégiques à la clé et des pistes de réflexion pour de meilleures pratiques au sein des organismes touristiques.

KOMPETENZEN GEWINNEN

Das partizipative Projekt FIT'NG nähert sich seinem Ende, es hat mehrere strategische Dokumente und Überlegungsansätze hervorgebracht, um die Praktiken in den touristischen Organisationen zu verbessern.

DÉCEMBRE - DEZEMBER

MISE EN LIGNE DU SITE UNIFIÉ

Fribourg Région et ses 7 OTR disposent depuis le 15 décembre d'un site internet unifié assurant un meilleur référencement et une plus grande facilité d'utilisation.

AUFSCALTUNG DER GEMEINSAMEN WEBSITE

Die Region Freiburg und ihre 7 RTO haben seit dem 15. Dezember eine gemeinsame Internetseite, die die Webindizierung verbessert und grösere Benutzerfreundlichkeit bietet.

UN MERCI AUX RÉSIDENTS SECONDAIRES

En coopération avec RMAF, 14'000 bons donnant accès aux remontées mécaniques du canton durant l'été récompensent les résidents secondaires de leur fidélité.

EIN DANKESCHÖN AN DIE ZWEITWOHNUNGSBESITZER

In Zusammenarbeit mit den SBFA wurden im Sommer 14'000 Gutscheine für die Bergbahnen des Kantons verteilt, um den Zweitwohnungsbesitzern für ihre Treue zu danken.

AVRIL - APRIL

CAMPAGNE ESTIVALE FAITE MAISON

Réalisée avec les 7 OTR, la propre campagne été de Fribourg Région se concrétise notamment par la réalisation à l'interne de 16 vidéos pour 244'500 vues sur les réseaux sociaux.

HAUSGEMACHTE SOMMERKAMPAGNE

Die eigene Sommerkampagne, die mit den sieben RTO durchgeführt wurde, konkretisierte sich vor allem durch die interne Erstellung von 16 Videos, die 244'500-mal in den sozialen Netzwerken angesehen wurden.

JUILLET - JULI

UNE 1^{RE} POUR LES MEMBRES



Les membres de l'UFT se retrouvent en présentiel, le temps d'une soirée conviviale placée sous le thème « Fribourg Région : projets touristiques d'avenir ».

EINE PREMIERE FÜR DIE MITGLIEDER

Die Mitglieder des FTV versammelten sich zu einem geselligen Abend zum Thema « Fribourg Region: Tourismusprojekte der Zukunft ».

SEPTEMBRE - SEPTEMBER

ADOPTION DE LA LOI SUR LE TOURISME

Le 8 octobre au matin, le Grand Conseil adopte la nouvelle loi sur le tourisme (LT) donnant à ce secteur les outils pour faire face aux nombreux défis actuels et à venir.

ANNAHME DES GESETZES ÜBER DEN TOURISMUS

Am 8. Oktober nahm der Grosse Rat das neue Gesetz über den Tourismus (TG) an, das diesem Wirtschaftszweig die nötigen Mittel an die Hand gibt, um die zahlreichen aktuellen und künftigen Herausforderungen zu meistern.

OCTOBRE - OKTOBER



POCKET CARD 100% FRIBOURGEOISE

Les 10'000 exemplaires de la Pocket Card hiver, certifiés Carbon Fri, trouvent très vite preneur auprès des stations, prestataires touristiques et offices du tourisme.

100 % FREIBURGER POCKET CARD

Die 10'000 Exemplare der Carbon Fri zertifizierten Pocket Card Winter fanden in den Wintersportorten, bei den touristischen Leistungserbringern und in den Tourismusbüros sehr schnell Abnehmer.

DÉCEMBRE - DEZEMBER

FANS DE FRIBOURG RÉGION

La communauté Facebook de Fribourg Région poursuit sa progression avec plus de 117'000 abonnés à fin décembre, soit une hausse de 19%.

FANS DER REGION FREIBURG

Die Facebook-Community der Region Freiburg wächst weiter, Ende Dezember zählte sie mehr als 117'000 Abonnenten, ein Anstieg von 19 %.

DÉCEMBRE - DEZEMBER



4. Réseaux de randonnée

4.1 RÉSEAU PÉDESTRE

La randonnée reste l'activité sportive préférée des Suisses et suscite d'autant plus d'engouement en cette période de restrictions sanitaires. Les itinéraires phares de Fribourg Région et les sommets des Préalpes en particulier répondent aux besoins d'excursions au grand air.

Sous l'égide de l'UFT, 34 baliseurs bénévoles s'activent avec passion aux tâches de contrôle des chemins pédestres. L'année se démarque par les intempéries de juillet entraînant de gros dégâts et des fermetures temporaires sur certains tronçons.

La nouvelle loi sur la mobilité inclut désormais le chapitre consacré aux réseaux de randonnée officiels dénommé « Itinéraires officiels de loisirs ». Aux itinéraires pédestres et de cyclotourisme s'ajoutent les réseaux de VTT, équestre, hivernal et les voies historiques. L'UFT finance dorénavant le balisage dans son intégralité et les communes restent en charge de l'entretien des sols et 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 Suisse-Mobile, 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 1'830 km se compose de 1'604 km de chemins pédestres (signalisation jaune), 214 km de chemins de montagne (blanc-rouge-blanc) et 12 km de chemins alpins (blanc-bleu-blanc). 63 % des tracés possèdent un revêtement naturel avec pour objectif de diminuer le plus possible les tronçons en dur. Des travaux se concrétisent à cet effet par la reconstruction plus en aval d'une passerelle sur le sentier des Comtes, le parcours Fribourg-Guin sur la rive droite de la Sarine et la réhabilitation du chemin historique du Muscherenschlund. Cette dernière modification bénéficie des projets d'assainissement des chemins alpestres réalisés en partenariat avec le SAgri.

En 2021, le réseau se complète de nouvelles portions d'itinéraires : Léchelles/Ponthaux – Montagny, Grandvillard – Villars-sous-Mont et Enney – Vudalla.

Entretien des sols et infrastructures

Les communes se révèlent attentives aux travaux d'entretien du réseau officiel en y consacrant le budget et la main d'œuvre nécessaires. Les troupes de la PCI viennent également en soutien à la réalisation de ces tâches, soit l'an dernier à douze reprises.



Cinq communes et une association bénéficient de la générosité du fonds d'entretien de Suisse Rando et du « Fonds Mobilière ponts et passerelles » pour un soutien global de 188'000 francs : Bas-Intyamon pour la passerelle du sentier du Pont du Pontet, Haut-Intyamon pour la passerelle du Pra, Cheyres-Châbles pour des pontons en bordure du lac, Tifers pour les Gorges du Gottéron, Châtel-sur-Montsalvens pour le pont couvert Les Pris/Les Communs et l'Association du Sentier du Lac de la Gruyère/Rotary Club pour une passerelle à Pont-la-Ville. Ces infrastructures devraient se réaliser en 2022.

Activités hivernales

L'UFT apporte ses conseils dans le cadre de la planification des itinéraires de randonnées hivernales et en raquettes. Elle soutient les porteurs de projets pour le balisage et l'application des normes afin de garantir la qualité et l'uniformité des tracés.

4.2 RÉSEaux DE CYCLOTourISME ET VTT

Le plan de relance de l'économie fribourgeoise lié à la pandémie intègre, par l'intermédiaire du SMO, une étude sur une quarantaine de situations (carrefour, tourne-à-gauche, etc.) nécessitant une meilleure sécurité. Plusieurs points concernent des itinéraires touristiques dont la réalisation devrait intervenir en 2022 déjà.

Une conférence de presse lance en juillet le projet de réseau officiel cantonal de vélo tout terrain avec pour objectif de positionner Fribourg Région comme destination VTT et e-bike reconnue sur le plan national. La communauté d'intérêts « Bike-In FR25 » réunit par convention les prestataires impliqués dans la promotion du VTT dans le canton. Soutenu par le plan de relance et la NPR, le projet fait partie intégrante de la nouvelle loi sur la mobilité. Confiée à Frédéric Perritaz et Fabien Clément, Fribourgeois passionnés de sports outdoor, la gestion du projet vise également à la création d'offres et au développement d'infrastructures liées à la pratique de cette activité touristique en forte croissance.

4.3 COLLABORATIONS

Suisse Rando

Organe faitier du tourisme pédestre, Suisse Rando apporte un précieux soutien aux associations cantonales, dont l'UFT, dans leurs actions liées à la randonnée. La reprise des cours dispensés aux baliseurs assure notamment de la qualité et de la conformité du réseau.

Suisse Rando prospecte et encadre les donatrices, donateurs et sponsors nationaux sur mandat des Associations cantonales de tourisme pédestre (ACTP) par le biais d'une recherche de fonds centrale. Les activités de Suisse Rando sont ainsi financées et celles des ACPT soutenues.

Les ACTP se voient attribuer un montant de base uniforme ainsi qu'une contribution variable, calculée en fonction du nombre d'habitants et de la longueur du réseau de chemins de randonnée pédestre.

Les parts sont engagées en faveur de la promotion d'un réseau attrayant, sûr, uniforme et bien signalisé, ainsi que pour la promotion de la randonnée à proprement parler.

SuisseMobile

SuisseMobile regroupe sur sa plateforme online et son application les itinéraires officiels de randonnées : pédestre, cyclotouristique, VTT ou hivernal du canton. Les options cartographiques de swisstopo comportent de multiples informations sur les tracés choisis. Par la qualité des renseignements fournis, l'application gratuite SuisseMobile accompagne tout bon randonneur.

Fribourg Rando

A l'occasion de son 15^e anniversaire, Fribourg Rando organise à la mi-août la Fête cantonale de la randonnée à Charmey. L'UFT se joint à cet événement dont le succès devrait en faire un rendez-vous bisannuel. Annulée en 2020 pour cause de pandémie, l'organisation à Morat de l'Assemblée générale de Suisse Rando est reportée en 2024.

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.

A la tête du service des Réseaux de randonnée et de la mobilité depuis 15 ans, Chantal Python Nikles passe la main à Bernard Hinderling pour prendre une préretraite méritée. Avec la précieuse collaboration de son team de baliseurs, elle a fait de la qualité et la sécurité des 1'800 km de sentiers son objectif quotidien.

4. Freizeitwegnetz

4.1 WANDERWEGNETZ

Das Wandern ist weiterhin die beliebteste sportliche Aktivität der Schweizerinnen und Schweizer, durch die pandemiebedingten Einschränkungen nahm seine Popularität sogar noch zu. Die wichtigsten Routen der Region Freiburg und die Gipfel der Voralpen waren besonders beliebte Ausflugsziele.

Unter der Schirmherrschaft des FTV waren 34 ehrenamtliche technische Mitarbeiter unterwegs, um die Wanderwege zu kontrollieren. Das Jahr war von den Unwettern im Juli geprägt, die zu schweren Schäden und der vorübergehenden Schliessung bestimmter Abschnitte führten.

Das neue Mobilitätsgesetz beinhaltet nunmehr das Kapitel zu den offiziellen Wanderwegnetzen namens «Offizielle Freizeitwegnetze». Die Fuss- und Velowanderwege werden durch MTB-Netze, Reitwege, Winterwanderwege und die historischen Wege ergänzt. Der FTV finanziert die Beschilderung von nun an vollständig und die Gemeinden bleiben 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 zur jährlichen Anpassung. Der Dienst des FTV prüft zudem die Berücksichtigung des offiziellen Wanderwegnetzes im Rahmen der kommunalen Planung.

Das kantonale Netz erstreckt sich über 1'830 km und umfasst 1'604 km Wanderwege (gelbe Schilder), 214 km Bergwanderwege (weiss-rot-weiss) und 12 km Alpinwanderwege (weiss-blau-weiss). 63% der Routen haben einen natürlichen Bodenbelag, Abschnitte mit einem Hartbelag sollen weitestgehend reduziert werden. Mit diesem Ziel konkretisierten sich mehrere Arbeiten, zum Beispiel der Wiederaufbau etwas weiter flussabwärts eines Stegs auf dem Gruyères Grafenpfad, der Route Freiburg-Düdingen am rechten Saane-Ufer und die Instandsetzung des historischen Weges des Muscherenschlunds. Diese letzte Änderung profitierte von Sanierungsprojekten für die Bergwanderwege, die in Partnerschaft mit dem LwA durchgeführt wurden.

2021 wurde das Netz durch neue Streckenabschnitte ergänzt: Léchelles/Ponthaux - Montagny, Grandvillard - Villars-sous-Mont und Enney - Vudalla.



Bodenerhaltung und Instandhaltung der Infrastrukturen

Die Gemeinden sorgten für die Instandhaltung des offiziellen Netzes, indem sie das Budget und die erforderlichen Arbeitskräfte bereitstellen. Die Teams des Zivilschutzes halfen ebenfalls bei diesen Arbeiten, vergangenes Jahr waren sie zwölfmal im Einsatz.

Fünf Gemeinden und ein Verein profitierten vom Instandhaltungsfonds von Schweizer Wanderwege und vom «Mobiliar Fonds für Brücken und Stege», insgesamt wurden sie mit 188'000 Franken unterstützt: Bas-Intyamon für den Steg des Pfads über den Pont du Pontet, Haut-Intyamon für die Passerelle du Pra, Cheyres-Châbles für Bootsanleger am Seeufer, Tafers für das Galterntal, Châtel-sur-Montsalvens für die gedeckte Brücke Les Pris/Les Communs und die Association du Sentier du Lac de la Gruyère/Rotary Club für einen Steg in Pont-la-Ville. Diese Infrastrukturen sollten 2022 gebaut werden.

Winteraktivitäten

Der FTV übernahm im Rahmen der Planung der Winterwander- und Schneeschuhrouuten eine beratende Rolle. Er unterstützte die Projektträger bei der Beschilderung und der Anwendung der Normen, um die Qualität und die Einheitlichkeit der Routen zu garantieren.

4.2 VELO- UND MOUNTAINBIKE-NETZ

Der Wiederankurbelungsplan für die Freiburger Wirtschaft nach der Pandemie umfasste eine vom MobA verfasste Studie zu rund vierzig Situationen (Kreuzung, Linksabbiegen usw.), die mehr Sicherheit erfordern. Mehrere Punkte betrafen touristische Routen, die bereits 2022 realisiert werden dürften.

Bei einer Pressekonferenz im Juli wurde das Projekt für ein offizielles kantonales Mountainbike-Netz lanciert, das die Region Freiburg als national anerkannte MTB- und E-Bike-Destination positionieren soll. Mit einer Vereinbarung versammelt die Interessengemeinschaft «Bike-In FR25» die an der MTB-Förderung beteiligten Leistungserbringer des Kantons. Das vom Wiederankurbelungsplan und der NRP unterstützte Projekt ist fester Bestandteil des neuen Mobilitätsgesetzes. Das Projektmanagement wurde den passionierten Freiburger Outdoor-Sportlern Frédéric Perritaz und Fabien Clément anvertraut. Ziel ist es auch, Angebote und Infrastrukturen im Zusammenhang mit dieser stark wachsenden touristischen Aktivität zu entwickeln.

4.3 ZUSAMMENARBEIT

Schweizer Wanderwege

Der Dachverband Schweizer Wanderwege leistete den kantonalen Verbänden, darunter auch der FTV, wertvolle Unterstützung bei den Massnahmen, die für das Wandern umgesetzt wurden. Durch die Wiederaufnahme der Kurse für die Beschilderungsteams wird insbesondere die Qualität und die Konformität des Netzes sichergestellt.

Im Auftrag der kantonalen Wanderweg-Fachorganisationen (WW-FO) akquirieren und betreuen die Schweizer Wanderwege Gönner und nationale Sponsoren. Dies erfolgt über ein zentrales Fundraising. Damit werden Aufgaben der Schweizer Wanderwege finanziert und diejenigen der kantonalen WW-FO unterstützt.

Die kantonalen WW-FO erhalten einen einheitlichen Sockelbetrag und einen variablen Beitrag, welcher sich nach der Einwohnerzahl und Länge des Wanderwegnetzes berechnet.

Die Anteile werden zur Förderung eines attraktiven, sicheren und einheitlich signalisierten Wanderwegnetzes sowie zur Förderung des Wanderns verwendet.

SchweizMobil

SchweizMobil erfasst auf seiner Online-Plattform und in seiner App die offiziellen Wander-, Velo-, MTB- und Winterwanderwege des Kantons. Die kartografischen Optionen von Swisstopo enthalten viele Informationen zu den gewählten Routen. Die kostenlose App SchweizMobil ist ein wertvoller Ratgeber für jeden Wanderer.

Fribourg Rando

Fribourg Rando nahm seinen 15. Geburtstag zum Anlass, um Mitte August in Charmey das Kantonale Wanderfest zu organisieren. Der FTV schloss sich der Veranstaltung an, die aufgrund ihres Erfolges künftig alle zwei Jahre stattfinden soll. Nachdem sie 2020 abgesagt werden musste, wurde die Generalversammlung von Schweizer Wanderwege in Murten auf 2024 verschoben.

Beratungen und Stellungnahmen

Die Abteilung Freizeitwegnetze des FTV bringt ihre Erfahrung im Rahmen von eidgenössischen, kantonalen und kommunalen Projekten in Verbindung mit den Wanderwegen, 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 Konsultativkommission für den Wald und der Arbeitsgruppe «Inventar der Landschaften von kantonaler Bedeutung»;
- Amt für Umwelt (AfU) in der Konsultativkommission für die Gewässerbewirtschaftung

Nach 15 Jahren an der Spitze der Abteilung Freizeitwegnetze und Mobilität übergibt Chantal Python Nikles das Ruder an Bernard Hinderling, um in den wohlverdienten Vorruhestand zu gehen. Mit der wertvollen Unterstützung ihres Beschilderungsteams machte sie die Qualität und die Sicherheit der 1'800 km bei ihrer täglichen Arbeit stets zur Priorität.

Merci

2021 restera dans les annales par l'acceptation de la loi sur le tourisme. Que le Comité, sous la présidence de Jean-Pierre Doutaz, soit remercié de son engagement pour la défense des intérêts touristiques au niveau régional, cantonal et fédéral. Notre reconnaissance s'adresse également aux membres des Commissions et Groupes de travail de l'UFT dont les compétences sont précieuses. Merci en particulier au groupe ad hoc formé pour la révision de la loi qui a œuvré sous la présidence de Daniel Lehmann.

Malgré le télétravail et les visioconférences, Pierre-Alain Morard et son équipe poursuivent leurs missions avec professionnalisme et dans un esprit d'adaptation constant. De vifs remerciements vont à chacune et chacun ainsi qu'à la trentaine de baliseuses et baliseurs actifs sur les réseaux de randonnée.

L'étroite collaboration avec les membres, associations faitières et prestataires du secteur touristique prend une dimension particulière en cette année de pandémie. Un grand merci à eux pour leur résilience, comme aux organisations touristiques régionales et locales, dont les activités d'animation notamment se confrontent aux freins sanitaires.

Le soutien de l'Etat de Fribourg et de ses services se révèle essentiel face à la crise rencontrée par de multiples acteurs touristiques. Notre vive gratitude au Département de l'économie, de l'emploi et de la formation professionnelle pour sa contribution efficace à l'aboutissement de la nouvelle loi et sa réactivité dans la prise des mesures nécessaires à la sauvegarde des branches les plus touchées.

A toutes et à tous, l'UFT exprime sa reconnaissance et assure de son objectif de façonner le tourisme fribourgeois comme une petite pépite au milieu des 13 régions touristiques, « Ensemble, pour de vrai ! ».



Danke

2021 wird in erster Linie wegen der Annahme des Tourismusgesetzes in Erinnerung bleiben. Unser Dank gilt dem Vorstand, unter dem Vorsitz von Jean-Pierre Doutaz, für sein Engagement für die Verteidigung der touristischen Interessen auf regionaler, kantonaler und Bundesebene. Auch den Mitgliedern der Kommissionen und Arbeitsgruppen des FTV, deren Kompetenzen äusserst wertvoll sind, möchten wir danken. Besonderer Dank gilt der Ad-hoc-Arbeitsgruppe, die für die Revision des Gesetzes gebildet und von Daniel Lehmann geleitet wurde.

Trotz der Telearbeit und der Videokonferenzen setzten Pierre-Alain Morard und sein Team ihre Missionen professionell fort und passten sich kontinuierlich an die sich ständig verändernde Situation an. Ein herzliches Dankeschön an alle Beteiligten und auch an die rund 30 technischen Mitarbeiter, die im Wanderwegnetz im Einsatz sind.

Die enge Zusammenarbeit mit den Mitgliedern, den Dachverbänden und den Leistungserbringern im Tourismussektor hatte in diesem Pandemiejahr einen ganz besonderen Stellenwert. Auch ihnen danken wir herzlich für ihre Beständigkeit. Dies gilt auch für die regionalen und lokalen Tourismusorganisationen, deren Aktivitäten durch die Gesundheitsschutzmassnahmen ausgebremst wurden.

Die Unterstützung des Staates Freiburg und seiner Dienststellen war für die zahlreichen touristischen Akteure wesentlich, um die Krise zu bewältigen. Unser Dank gilt auch der Volkswirtschafts- und Berufsbildungsdirektion für ihren effizienten Beitrag zur Verabschiedung des neuen Gesetzes und ihre Reaktionsfähigkeit beim Ergreifen der erforderlichen Massnahmen, um die am stärksten betroffenen Branchen zu retten.

Der FTV dankt allen Beteiligten und bekräftigt sein Ziel, den Freiburger Tourismus zu einer kleinen Perle unter den 13 Tourismusregionen zu machen, «Zusammen – natürlich echt!».

Organes et membres

Organe und Mitglieder



Membres d'honneur

Ehren-Mitglieder

PRÉSIDENTS D'HONNEUR / EHRENPRÄSIDENTEN	MEMBRES D'HONNEUR / EHRENMITGLIEDER	
André Genoud	Jean Deschenaux	Jean-Pierre Thürler
Hubert Lauper	Pierre Cottier	Bruno Waeber
Jean-Jacques Marti	Albert Michel	Tobias Zbinden
	Michel Pittet	

Membres de droit

Rechtmässige Mitglieder

ÉTAT DE FRIBOURG / STAAT FREIBURG	
Olivier Curty	Conseiller d'Etat, Directeur DEEF Staatsrat, Direktor VWBD
Serge Collaud	Directeur général des TPF Generaldirektor TPF
Cédric Verly	Directeur, membre de la Direction générale BCF, Président de la Commission Financière
	Direktor, Mitglied der Generaldirektion FKB, Präsident der Finanzkommission

ORGANISATIONS TOURISTIQUES RÉGIONALES - PRÉSIDENT(E)S / REGIONALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)	
Association régionale du Lac (ARL) Regionalverband See	Daniel Lehmann
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	Samuel Ménétre
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	Chantal Honegger a.i.
Organisation touristique régionale de Romont et sa région	Nicolas Dafflon
Schwarzsee Tourismus	Bruno Zbinden

SOCIÉTÉS DE DÉVELOPPEMENT - PRÉSIDENT(E)S / LOKALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)	
Association des 3 C « Charmey Tourisme »	Nicolas Remy
Bulle et environs	Kirthana Wickramasingam
Cheyres-Châbles Tourisme	Catherine Nobbs
Düdingen Tourismus	Armin Hayoz
Estavayer-le-Lac et environs	Anne Meyer Loetscher
Gruyères-Molésou-Broc	Emmanuel Buchs
Intyamon	Jean-Pierre Currat
Jaun Tourismus	Benoît Buchs
Lac de la Gruyère	Patrick Perrottet
Murten Tourismus	Marianne Siegenthaler
Portalban Tourisme	Frédéric Gross
Vully Tourisme	Christophe Dupasquier

ORGANISATIONS FAÏTIÈRES / DACHVERBÄNDE	
Association fribourgeoise des campings Verband Freiburger Campings	
Association fribourgeoise des hébergements collectifs (AFHC) Verband der Freiburger Ferien- 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) Seilbahnen Freiburger Alpen (SBFA)	
Hotelleriesuisse, section Fribourg Hotelleriesuisse, Sektion Freiburg	
Union patronale du canton de Fribourg Arbeitgeberverband des Kantons Freiburg	

Membres actifs

Aktiv-Mitglieder

Commission marketing et promotion touristique

Kommission für Marketing und Tourismusförderung

Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg

Tourismus-förderungsfonds des Kantons Freiburg

ENTREPRISES / UNTERNEHMEN	
Andrey Voyages SA Andrey Reisen AG, Le Mouret	MC Management et Conseils Sàrl, Fribourg
Banque Cantonale de Fribourg Freiburger Kantonalbank	Morand Frères SA, La Tour-de-Trême
Banque CIC (Suisse) SA Bank CIC (Schweiz) AG	Musée romain de Vallon Römermuseum, Vallon
Canisius Impression & Graphisme, Fribourg Canisius Druck & Grafik AG, Freiburg	Société de Navigation sur les Lacs de Neuchâtel et Morat SA
Centre touristique Gruyères-Molésou-Vudalla SA	Schiffahrtsgesellschaft AG Neuenburger- & Murtensee
Cremo SA, Fribourg	Société des Produits Nestlé SA, Broc
Duplirex SA, Fribourg	So Graphic Studio, Bulle
Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden	Transports publics fribourgeois (TPF) Freiburgische Verkehrsbetriebe
Gratisa SA, Molésou-sur-Gruyères	Touring Club Suisse, section de Fribourg
Groupe E SA, Fribourg	UBS Switzerland AG, Fribourg
Kaisereggbahnen Schwarzsee AG	Verlag Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Media F SA, Fribourg	Vully-les-Lacs Tourisme, Salavaux

COMMISSION MARKETING ET PROMOTION TOURISTIQUE / KOMMISSION FÜR MARKETING UND TOURISMUSFÖRDERUNG	
Serge Collaud	Président, représentant économie et mobilité Präsident, Verteter Wirtschaft und Mobilität
Johanna Gapany	Vice-présidente, représentante RMAF Vize-Präsidentin, Vetreterin SBFA
Marc Mauron	Conseiller digital Digital-Berater
Sophie Rouvenaz	Représentante Association fribourgeoise des hôteliers Vetreterin Hotelliervverband
Julien Ayer	Représentant GastroFribourg Vertreter GastroFribourg
Maxime Pasquier	Représentant Association fribourgeoise des hébergements collectifs Vertreter Verband der Freiburger Ferien- und Gruppenunterkünfte
Stéphane Fivaz	Représentant Association fribourgeoise des campings Vertreter Verband Freiburger Campings
Fleur Helmig	Représentante Association des musées du canton de Fribourg Vetreterin Verband der Freiburger Museen
Cédric Clément	Représentant des OTR Vertreter RTO
Stephane Moret	Représentant des OTR Vertreter RTO
Guillaume Schneuwly	Représentant des OTR Vertreter RTO
Pierre-Alain Morard	Directeur UFT Direktor FTV
Christophe Renevey	Directeur adjoint UFT Stellvertretender Direktor
Marie-Christine Repond	Responsable RP et Gestion institutionnelle Verantwortliche PR & institutionnelles Management

COMITÉ DE GESTION / VERWALTUNGSAUSSCHUSS	
Olivier Curty	Président, Conseiller d'Etat, Directeur DEEF Präsident, Staatsrat, Direktor VWBD
Nicolas Bürgisser	Député Grossrat
Michel Chevalley	Ancien préfet et député Ehemaliger Oberamtmann und Grossrat
Nicole Lehner-Gigon	Ancienne députée Ehemalige Grossrätin
Jean-Jacques Marti	Président d'honneur de l'UFT Ehrenpräsident FTV
Samuel Ménétre	Conseiller communal Estavayer-le-Lac Gemeinderat Estavayer-le-Lac
Marie-France Roth-Pasquier	Conseillère nationale Nationalrätin
Stéphane Schlaeppy	Hôtelier Hotelier
Katharina Thalmann-Bolz	Députée Grossrätin
Laurent Yerly	Trésorier d'Etat Staatsschatzamt
Pierre-Alain Morard	Secrétariat Sekretariat

Membres actifs

Aktiv-Mitglieder

Membres du comité - Vorstand

PRÉSIDENT DÉPUTÉ	VICE-PRÉSIDENT PRÉSIDENT ARL	CONSEILLÈRE NATIONALE	CONSEILLÈRE AUX ÉTATS	DIRECTRICE FONDA-TION 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 VERLY

Comptes Rechnung 2021

BILANS / BILANZ				
ACTIFS / AKTIVEN		31.12.2021	31.12.2020	
Caisses / Kassa		750,75	244,60	
PostFinance 17-1056-7		21 755,31	94 843,95	
PostFinance 17-7212-5		92 039,78	167 231,50	
Banques / Banken		1 046 921,75	1 065 541,60	
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven		0,00	9 503,00	
Titres / Wertschriften		1,00	1,00	
Débiteurs / Debitoren		1 178 916,50	691 214,69	
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	31.12.2021	1 072 161,40	1 091 161,40	31.12.2020
Immeuble UFT / Gebäude FTV	2 030 058,22			2 030 058,22
./. Amortissements / Abschreibungen	957 896,82			938 896,82
Espaces FRIBOURG REGION / Info-Stellen A1 und A12	31.12.2021	1,00	1,00	31.12.2020
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	65 000,00	76 000,00	31.12.2020
Servitude / Dienstbarkeit	300 000,00			300 000,00
./. Amortissements / Abschreibungen	235 000,00			224 000,00
Total des actifs / Total der Aktiven		3 477 549,49	3 195 744,74	

PASSIFS / PASSIVEN		31.12.2021	31.12.2020	
Créanciers / Kreditoren		531 625,21	390 830,56	
Passifs transitoires / Transitorische Passiven		155 010,00	258 043,41	
Emprunts immobiliers UFT / Hypothekaranleihen		785 000,00	813 163,25	
Fonds affectation limitée Vision 2030 / Fonds zweckbestimmt Vision 2030		0,00	120 914,65	
Fonds affectation limitée NPR + Innotour / Fonds zweckbestimmt NRP und Innotour		224 998,36	28 283,79	
Réserve ordinaire / Ordentlicher Reservefonds		499 883,87	475 743,33	
Provisions / Provisionen		588 511,10	426 030,20	
Réserve prestations en faveur des hôtes / Fonds Leistungen z. G. der Gäste		628 595,01	625 270,85	
Capital / Kapital		30 000,00	30 000,00	
Bénéfice sur exercice ordinaire / Gewinn auf ordentliches Geschäftsjahr		33 925,94	27 464,70	
Bénéfice sur taxes de séjour / Gewinn auf Aufenthaltstaxen				

Total des passifs / Total der Passiven 3 477 549,49 3 195 744,74

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 31.12.2020 sont de CHF 1'867'372.00 en cas de résiliation de l'affiliation par l'UFT et de CHF 1'492'684.00 en cas de résiliation par la Caisse.

Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2020 für einen Betrag von CHF 1'867'372.00 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von CHF 1'492'684.00 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

COMPTE DE FONCTIONNEMENT / BETRIEBSRECHNUNG					
	COMPTES / KONTEN 2021		BUDGET 2021	COMPTES / KONTEN 2020	
Contributions de l'Etat de Fribourg / Staat Freiburg: ordentl. Beiträge	2 025 000,00		2 025 000,00	2 025 000,00	
Contribution de l'Etat Vision 2030 / Staat Freiburg: Vision 2030	200 000,00		200 000,00	200 000,00	
Cotisations des membres collectifs / Mitgliederbeiträge	36 900,00		38 500,00	37 600,00	
Taxe cantonale de séjour / Kantonale Aufenthaltstaxe	7 574,56	2 037 027,50	1 840 000,00	699,29	1 882 645,20
Recettes / Einnahmen	7 574,56	4 298 927,50	4 103 500,00	699,29	4 145 245,20

Commissions et prestations de services Kommissionen und Serviceleistungen	17 953,15	232 999,96	5 000,00	166 000,00	0,00	185 672,15
Publications / Publikationen	-46 754,90		45 000,00		45 078,40	
Salons / Messen	6 641,43		70 000,00		16 163,05	
MICE	68 297,20		62 000,00		92 408,03	
Marketing Digital / Digital Marketing	397 664,51		245 000,00		222 545,65	796,86
Participations FM & RMAF / Beteiligungen FM & RMAF	434 254,60	185 464,00	445 000,00	185 000,00	323 430,60	92 737,15
Autres partenariats / Weitere Partnerschaften	228 848,94		230 000,00		258 758,38	
Marketing	1 088 951,78	185 464,00	1 097 000,00	185 000,00	958 384,11	93 534,01
Gestion institutionnelle & RP / Institutionelles Management & PR	98 464,80		128 500,00		132 661,55	
Vision 2030 & DD / Vision 2030 & Nachhaltige Entwicklung	241 331,75		205 000,00		200 000,00	
Développement touristique / Tourismussensibilisierung	339 796,55		333 500,00		332 661,55	0,00
Événements & animations de tiers / Veranstaltungen & Animationen von Dritten	651,75				15 372,05	
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	363 746,26		278 000,00		288 622,04	
Réseaux de randonnée / Freizeitwegnetz	177 369,05		285 000,00		166 081,28	
Prestations en faveur des hôtes / Leistungen für Gäste	541 767,06		563 000,00		470 075,37	0,00
Traitements & charges sociales / Gehälter & Sozialleistungen	2 401 459,50	65 531,10	2 249 000,00		2 278 093,95	193 849,11
Formation & frais RH / Ausbildung & HR-Kosten	27 869,35		42 000,00		54 538,25	
Personnel / Personal	2 429 328,85	65 531,10	2 291 000,00	0,00	2 332 632,20	193 849,11
Charges administratives / Verwaltungskosten	48 241,20		75 500,00		60 679,80	
Informatique & IT / Computer & IT	69 131,35		65 000,00		74 927,13	
Assurances / Versicherungen	11 983,80		13 000,00		11 911,25	
Loyer & charges locatives / Miete & Nebenkosten	102 381,75		107 500,00		99 000,00	
Logistique / Logistik	1 692,60		3 000,00		2 371,25	
Frais financiers & TVA / Finanzaufwand & MwSt.	15 884,17		19 000,00		9 515,15	
Autres charges d'exploitation / Sonstige Betriebskosten	249 314,87	0,00	283 000,00	0,00	258 404,58	0,00
Charges & produits extraordinaires / Sonderbelastungen und -erträge	137 433,40	0,00	5 000,00	500,00	93 825,87	0,00
Charges & produits immobiliers / Liegenschaftsbelastungen und -erträge	68 876,40	132 000,00	80 000,00	132 000,00	76 152,80	132 000,00

Total intermédiaire / Zwischentotal 4 880 996,62 4 914 922,56 4 657 500,00 4 587 000,00 4 522 835,77 4 750 300,47

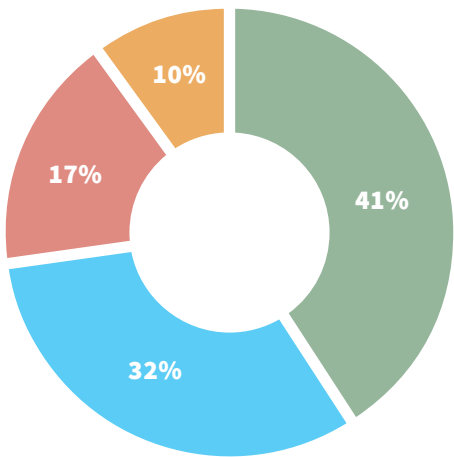
Résultat d'exploitation Gewinn Betriebsrechnung	33 925,94		70 500,00	227 464,70	
Constitution d'une provision pour CPPEF Bildung einer Rückstellung für die PKSPF	0,00		0,00	200 000,00	
Résultat de l'exercice / Jahresergebnis	33 925,94		70 500,00	27 464,70 ¹⁾	
TOTAL	4 914 922,56	4 914 922,56	4 657 500,00	4 657 500,00	4 750 300,47

Proposition à l'Assemblée générale / Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:
Bénéfice de l'exercice 2021 de CHF 33'925.94 : affectation au compte de réserve ordinaire.
Saldo von CHF 33'925.94 an Einnahmeüberschuss: Zuweisung an normale Reserven.

1) Bénéfice ordinaire 24'140.54 plus bénéfice TS 3'324.16
Ordentlicher Ertrag 24'140.54 plus Ertrag Aufenthaltstaxen 3'324.16

UTILISATION DE LA TAXE DE SEJOUR CANTONALE VERWENDUNG DER KANTONALEN AUFENTHALTSTAXE		
	31.12.2021	31.12.2020
Taxe cantonale de séjour / kantonale Aufenthaltstaxe	2 037 028	1 882 645
+/- Annulations, amortissements, remboursements +/- Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	-7 575	-699
Total encaissé / Gesamtbetrag	2 029 453	1 881 946
<i>Budget</i>	<i>1 840 000</i>	<i>2 140 000</i>
UTILISATION / ANWENDUNG	CHF ¹⁾	CHF
Développement touristique / Tourismussensibilisierung	697 951	
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	902 825	1 878 622
Réseaux de randonnée / Freizeitwegnetz	374 601	
Taxe de séjour & FET / Aufenthaltstaxe & TFF	219 926	
Total	2 195 303	1 878 622
Affectation au compte de «réserve pour prestations en faveur des hôtes» Zuweisung an den Fonds „Leistungen z. G. der Gäste“	0	3 324

1) Charges effectives plus salaires & charges administratives (selon clé de répartition)
Effektiver Aufwand plus Löhne & Verwaltungsaufwand (nach Verteilungsschlüssel)



- Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools
- Développement touristique / Tourismussensibilisierung
- Réseaux de randonnée / Freizeitwegnetz
- Taxe de séjour & FET / Aufenthaltstaxe & TFF



GESTION DU FONDS DE MARKETING TOURISTIQUE COORDONNÉ VERWALTUNG DES FONDS FÜR KOORDINIERTES TOURISMUSMARKETING					
BILANS / BILANZ					
ACTIFS / AKTIVEN	31.12.2021	31.12.2020	PASSIFS / PASSIVEN	31.12.2021	31.12.2020
BCF / FKB	40 822,10	0,00	Créanciers / Kreditoren	5 505,50	0,00
Débiteurs / Debitoren	2 520,45	0,00	Passifs transitoires / Transitorische Passiven	21 300,00	0,00
			Réserve / Reservefonds	761,50	0,00
			Bénéfice / Gewinn	15 775,55	0,00
Total des actifs / Total der Aktiven	43 342,55	0,00	Total des passifs / Total der Passiven	43 342,55	0,00

COMPTABILISATION PAR PROJET ABRECHNUNG NACH PROJEKTEN	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES TOTAL AUSGABEN	TOTAL RECETTES TOTAL EINNAHMEN
	UFT / FTV ¹⁾	OTR / RTO ²⁾	FONDS ²⁾		
Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg					550 000,00
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV 1)					425 000,00
Participation des OTR / Beteiligung RTO 2)					550 000,00
FRIBOURG REGION Eté Suisse / Sommer Schweiz	146 330,05	170 718,40	170 718,40	487 766,85	
FRIBOURG REGION Deutschland	57 864,05	33 383,10	33 383,10	124 630,25	
FRIBOURG REGION Automne Suisse / Herbst Schweiz	42 352,70	37 058,60	37 058,60	116 469,90	
FRIBOURG REGION Hiver Suisse / Winter Schweiz	18 899,85	9 449,90	9 449,90	37 799,65	
ST Eté International / Sommer International	65 111,25	48 833,45	48 833,45	162 778,15	
ST France / Frankreich	53 859,50	26 929,75	26 929,75	107 719,00	
ST Hiver International / Winter International	17 950,00	17 950,00	17 950,00	53 850,00	
Médias / Medien	15 742,05	11 806,55	11 806,55	39 355,15	
TVA et frais financiers / MwSt und Finanzaufwand	2 306,75	1 990,15	1 990,15	6 287,00	
Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen	420 416,20	358 119,90	358 119,90	1 136 655,95	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		185 068,50	185 068,50	370 137,00	
Projets propres non utilisés / Nicht verwendete Projekte				CHF 2 431,50	
Solde 2021 à reporter / Übertrag Saldo 2021				CHF 15 775,55	

Total CHF 1 525 000,00 CHF 1 525 000,00



COMPTABILISATION PAR OTR ABRECHNUNG NACH RTO	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES TOTAL AUSGABEN	TOTAL RECETTES TOTAL EINNAHMEN
	UFT / FTV ¹⁾	OTR / RTO ²⁾	FONDS ²⁾		
Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg					CHF 550 000,00
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV 1)					CHF 425 000,00
Participation des OTR / Beteiligung RTO 2)					CHF 550 000,00
OT Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région	CHF 46 576,50	CHF 46 576,50		CHF 93 153,00	
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	CHF 48 868,20	CHF 48 868,20		CHF 97 736,40	
Fribourg Tourisme et Région	CHF 53 874,40	CHF 53 874,40		CHF 107 748,80	
La Gruyère Tourisme	CHF 69 284,95	CHF 69 284,95		CHF 138 569,90	
Association régionale du Lac / Regionalverband See	CHF 57 216,45	CHF 57 216,45		CHF 114 432,90	
OT de Romont et sa région	CHF 36 461,40	CHF 36 461,40		CHF 72 922,80	
Schwarzsee Tourismus	CHF 45 830,70	CHF 45 830,70		CHF 91 661,40	
Solde technique / Übertrag	CHF 7,27	CHF 7,27		CHF 14,55	
Financement OTR & Fonds / Finanzierung RTO & Fonds		CHF 358 119,87	CHF 358 119,87	CHF 716 239,75	
Financement UFT / Finanzierung FTV	CHF 420 416,20			CHF 420 416,20	
Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen				CHF 1 136 655,95	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		CHF 185 068,50	CHF 185 068,50	CHF 370 137,00	
Projets propres non utilisés / Nicht verwendete Projekte				CHF 2 431,50	
Solde 2021 à reporter / Übertrag Saldo 2021				CHF 15 775,55	
Total				CHF 1 525 000,00	CHF 1 525 000,00

En raison de la crise sanitaire liée au COVID 19 Suisse Tourisme a accordé aux régions une note de crédit globale à hauteur de CHF 417'146.25. 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 CHF 417'146.25 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:**
- Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets du Fonds à hauteur de CHF 425'000.00. / Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit CHF 425'000.00.
 - 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.
 - 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.
 - Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome. / Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
 - En anticipation de la nouvelle loi sur le tourisme, les avoirs disponibles à fin 2021 seront affectés au compte "Réserve" du Fonds et utilisés durant l'exercice 2022. / Im Vorgriff auf das neue Tourismusgesetz werden die Ende 2021 verfügbaren Guthaben dem Konto "Reserven" des Fonds zugewiesen und im Geschäftsjahr 2022 verwendet.

TINGUELY Consultants SA

Fiduciaire - audit - expertises - fiscalité

Expert-réviseur agréé n° 500 194

2

Joël Frossard
Bsc. ès sc. économiques
Expert fiduciaire diplômé

Stefan Forino
Master en comptabilité, contrôle et finance
Expert-comptable diplômé

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 2021.

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 15 février 2022

Tinguely Consultants SA



Joël Frossard
Expert-réviseur agréé ASR
Réviseur 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

 Entreprise certifiée 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, Freiburg

COPYRIGHTS PHOTOS COPYRIGHTS FOTOS

BEIB, Cemil Erkoc, Pascal Gertschen, Florence Gross,
Sandra Mumprecht, Aurèle Nicolet, Nina Soentgerath,
Switzerland Tourism/Jan Geerk
Switzerland Tourism/Silvano Zeiter
Switzerland Tourism/Lorenz Richard

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



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

www.fribourgregion.ch

