



LA GRUYÈRE

UN PAYS DE CŒUR LA-GRUYERE.CH

La Gruyère Tourisme | Rapport d'activité 2020



Comité et personnel	1
Message de La Gruyère Tourisme	2
La Gruyère Tourisme	3
Information, accueil & animation	3
La Billetterie	4
Qualité	4
Actions Marketing	5
Publicité & Promotion	5
Autres actions de communication	9
Supports de communication	11
Produits	14
Incoming	15
Relations publiques	15
Event - Foires & promotions	16
Statistiques	17
Nuitées	17
Attractions touristiques	18
Comptes	19
Comptes d'exploitation	19
Bilan	22
Rapport de l'organe de révision	23
Objectifs 2021	24

COMITÉ ET PERSONNEL

Composition du comité de l'Association Touristique de la Gruyère

M. Nicolas Wyssmueller

Président

Mme Monique Durussel

Vice-présidente et représentante
des communes du centre

M. Bruno Clément

Conseiller communal de Charmey

M. Patrick Perrottet

Représentant de la SD du Lac de La Gruyère

M. Beat Buchs

Représentant des cafetiers-hôteliers de La Gruyère

Mme Véronique Dey

Représentante des communes de l'Intyamon

M. Christophe Mauron

Représentant de la SD de Bulle et environs

Mme Caroline Favre

Représentante des communes de la Sionge

M. Jean-Claude Schuwey

Représentant de la SD de Jaun

Membres invités

M. Didier Kilchoer

Représentant des remontées mécaniques

Mme Marie-Noëlle Pasquier

Directrice Espace Gruyère

M. Patrice Borcard

Préfet de La Gruyère

Personnel de La Gruyère Tourisme

M. Guillaume Schneuwly

Directeur (dès mai)

M. Pascal Charlet

Directeur (janvier-avril)

Mme Aline Esseiva

Directrice adjointe (dès mai)

Responsable Office du Tourisme de Gruyères (100%)

Mme Aline Genoud

Collaboratrice administration et comptabilité (50%)

Mme Nathalie Wicht

Assistante de direction (40%)

Mme Stéphanie Kaniama

Responsable marketing (80%)

Mme Lisa Dougoud

Assistante webmarketing et information (80%)

Mme Mathilde Broch

Assistante marketing (60%)

Mme Sylvie Droux-Clément

Responsable incoming-groupes (60%)

Mme Elodie Maradan

Collaboratrice Office du Tourisme de Gruyères (100%)

Mme Carine Dougoud

Responsable Office du Tourisme de Bulle (100%)

Mme Elisabeth Seydoux

Collaboratrice Office du Tourisme de Bulle (60%)

Mme Isabelle Doutaz

Responsable Billetterie (50%)

Mme Magalie Poinhos

Stagiaire (janvier - juillet)

Mme Nesrine Maiz

Stagiaire (dès août)

Mme Louanne Jacquat

Apprentie 3^{ème} année

M. Serge Charrière

Responsable Office du Tourisme de Charmey (100%)

Mme Emmanuelle Porta

Collaboratrice Evénements Office du Tourisme de Charmey (100%)

Mme Zoé Martellotta

Apprentie 3^{ème} année (janvier - juillet)

Mme Angélique Bapst

Apprentie 1^{ère} année (dès août)

Mme Flavia Sartori

Stagiaire (juin-septembre)

Mme Laurie Müller

Stagiaire (dès octobre)

MESSAGE DE LA GRUYÈRE TOURISME

2020 aura été l'Annus horribilis du tourisme mondial. La crise du Covid-19 a ébranlé le tourisme comme jamais auparavant, mettant à terre la quasi-totalité du tourisme international et une grande partie des industries liées. A part lors de quelques relâches temporaires, la plupart de nos prestataires touristiques n'ont pas pu travailler correctement en 2020 en raison des restrictions étagées. Malgré tout, La Gruyère, par son industrie touristique diversifiée, sa forte attractivité et son paysage préalpin, a été moins impactée par la crise que des régions urbaines ou très internationales. L'été 2020 a même vu, paradoxalement, de nombreux touristes dans nos destinations et plusieurs établissements afficher complet. Cependant, il est important de garder à l'esprit les grands perdants de cette crise tels que le tourisme d'affaires, les hébergements collectifs, la restauration, les organisateurs d'évènements et bien d'autres encore, qui mettront des années à s'en remettre.

Dans ce contexte, les tâches d'accueil et de promotion de La Gruyère Tourisme ont été extrêmement difficiles et complexes à réaliser. En effet, fermeture des offices du tourisme, évènements interdits, promotions annulées : tel a été le quotidien de notre organisation. Néanmoins, grâce à un généreux soutien de l'Association Régionale La Gruyère, LGT a disposé d'un budget supplémentaire permettant une promotion massive de notre région sur le territoire suisse afin de continuer à faire rayonner notre Pays de coeur dans un contexte promotionnel concurrentiel. Ce sont pratiquement 18 millions de contacts marketing qui ont été générés par les 16 actions de promotion réalisées lors de cette campagne spéciale Covid-19, avec pour résultats une visibilité extraordinaire et la réservation de nombreux séjours en Gruyère !

Il a été urgent de se réinventer afin de pouvoir continuer à remplir nos missions et rester attractifs et disponibles pour nos visiteurs. Nos évènements ont changé de forme afin de remplir les critères sanitaires, nos offices du tourisme ont fait face à de nouveaux types de demandes d'information et aux inquiétudes des visiteurs, nos actions marketing ont été complètement revues et mises en

relation avec ce nouvel environnement. Tout cela n'aurait pas été possible sans nos nombreux partenaires que nous remercions pour leur collaboration et professionnalisme tout au long de l'année.

L'année 2021 s'annonce malheureusement tout aussi difficile et les perspectives restent sombres pour une bonne partie de notre industrie. En attendant une reprise du tourisme, LGT continue de se réinventer et de s'adapter aux conditions changeantes tout en progressant dans de nombreux domaines : marketing digital, création de produits et d'évènements tout en s'attendant à la réorganisation des structures touristiques liée notamment au futur changement de Loi sur le tourisme et au nouveau plan directeur régional.

Nicolas Wyssmueller,
Président de La Gruyère Tourisme

Guillaume Schneuwly,
Directeur de La Gruyère Tourisme

direction@la-gruyere.ch
Suivez nos activités :
www.la-gruyere.ch/rapport
www.la-gruyere.ch/newsletter



LA GRUYÈRE TOURISME

Information, accueil & animation

Par le biais des trois mandats de gestion des sociétés de développement (SD) et offices du tourisme, La Gruyère Tourisme (LGT) est directement en charge à Bulle – Charmey – Gruyères, avec les comités respectifs et dans le cadre des budgets des SD's, des missions suivantes :

- Accueil et information touristique
- Organisation d'animations et d'événements d'intérêt touristique
- Mise en valeur des points forts
- Favoriser le développement et l'entretien de l'équipement et l'offre touristique
- Participer aux efforts de promotion et d'information assurés au niveau de la région

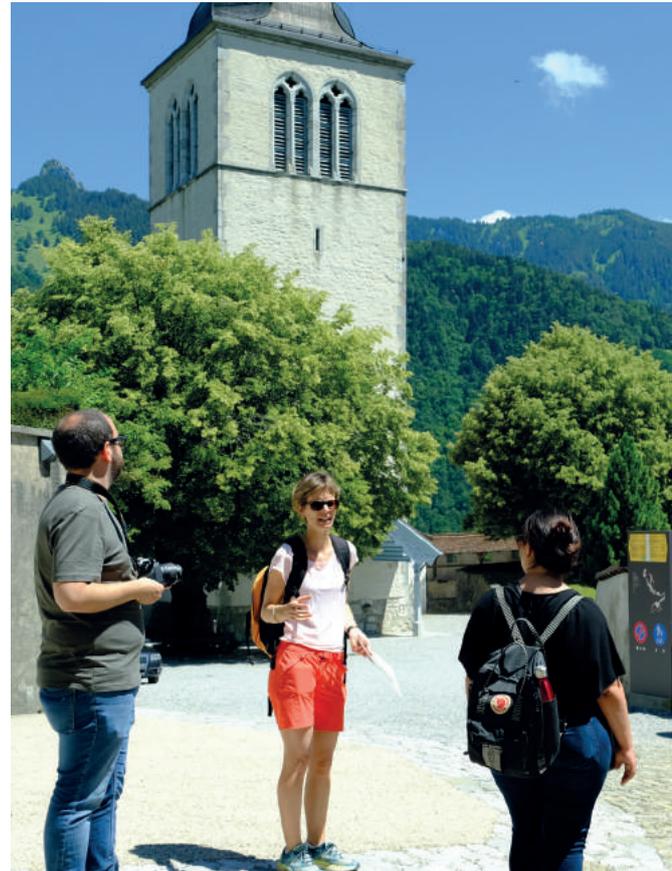
Bien qu'encore partielle dans la région, l'intégration opérationnelle des SD's à LGT permet potentiellement de gagner en synergies et cohérence grâce aux éléments suivants :

- Uniformisation et amélioration des processus d'accueil et d'information en Gruyère
- Synergies sur les efforts et sur le personnel, en termes de compétences et de couverture des besoins
- Développement d'offres/activités complémentaires qui alimentent le positionnement général de manière cohérente, pour les SD's et La Gruyère
- Lien évident entre les processus liés à l'information aux hôtes et les besoins des efforts marketing, en termes de contenus, messages, supports de communication, produits et offres et points de contacts

L'année 2020 en quelques chiffres

- Permanence 7/7 du 0848 424 424
- 776 jours / 5530 heures d'ouverture cumulés sur l'année sur 3 offices du tourisme
- 3 mois de fermeture COVID mais 330 heures de permanence téléphonique assurées durant cette fermeture
- 16'800 contacts traités (guichet/e-mails/téléphones) par les offices du tourisme
- 1'032 nuitées générées par les produits vendus, 450 envois de documentation
- 2 programmes d'animations adaptées à la situation, en petits groupes et sur les 3 SD's soit 18 activités sur plus de 90 dates

www.la-gruyere.ch/agenda



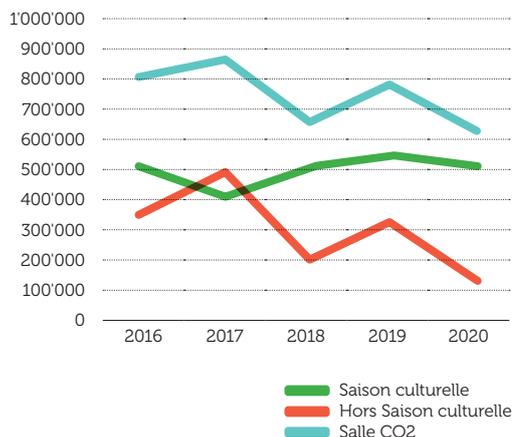
Comme tous, nos offices du tourisme n'ont pas eu d'autre choix que de s'adapter à la situation compliquée de cette année 2020. Nos guichets ayant été fermés durant 3 mois, il est apparu évident de mettre en place une permanence téléphonique afin de répondre malgré tout aux potentiels visiteurs. Les animations et événements ont été touchés de plein fouet par la crise. Après quelques annulations au printemps, nos offices du tourisme ont rapidement eu la volonté de proposer un programme de divertissements aux touristes sur le reste de l'année. C'est ainsi que deux programmes d'activités par petits groupes ont vu le jour ; un estival et un hivernal. Tous deux ont rencontré un franc succès.

La Billetterie

LGT héberge et (co)finance ce service à l'intention des acteurs culturels et clients finaux de la région afin d'offrir un service de qualité et de proximité, pour la satisfaction de la grande majorité des clients. L'année 2020 a été une année noire pour la culture et donc pour le service de billetterie. Malgré une riche saison culturelle annoncée, seul 2 spectacles ont pu avoir lieu en 2020. 19 spectacles ont dû être entièrement annulés. Ces changements ont nécessité la mise en place d'un système de remboursement de plus de 5'000 billets de manière rapide et efficace pour un total de CHF 208'809.35.

www.labilletterie.ch

VENTES DE LA BILLETTERIE POUR LES ORGANISATEURS



Qualité

L'engagement dans la qualité est une gageure de LGT. Inscrite au programme qualité de la FST, LGT ne s'arrête pas seulement à ce qui est demandé dans le cadre de ce programme. Elle a poussé plus loin la définition de la qualité par l'édition d'un manuel complet d'entreprise, la gestion de 23 processus, tous liés au fonctionnement idéal des différents secteurs de LGT et la tenue régulière de cercles de qualité visant à l'amélioration constante des problématiques qualitatives relevées tout au long de l'année. En effet, il a été constaté que dans le projet FIT'NG que mène Fribourg Region, elle était un modèle pour la mise en place d'une structure de qualité pour le canton.

Charmey, de son côté, a obtenu le renouvellement de son label Wellness en 2020 pour les 3 prochaines années. Charmey fait partie des 10 destinations suisses certifiées comme Loèche-les-Bains, St-Moritz ou Scuol notamment. Il vise à stimuler les destinations pour maintenir un niveau de qualité élevé dans leur offre en lien avec le bien-être, à assurer ce niveau et à le développer en permanence. Il garantit aux clients que leur séjour répondra aux critères exigés et sera donc d'une qualité élevée, aspect que recherche en permanence LGT.



ACTIONS MARKETING PUBLICITÉ & PROMOTION

Du fait des tâches conférées à une organisation touristique régionale, LGT a pour mission principale la promotion de la destination touristique de La Gruyère. LGT profite de nombreuses collaborations afin de diversifier sa promotion dont notamment Fribourg Région et les autres districts du canton avec lesquelles le fond marketing cantonal est géré. LGT collabore également avec Suisse Tourisme, les Remontées Mécaniques Alpes Fribourgeoises, les musées et attractions de La Gruyère et plusieurs groupes promotionnels composés de partenaires locaux.

Actions La Gruyère Tourisme

En 2020, la majorité des Suisses ayant planifié de passer leurs vacances au pays, la concurrence entre les régions touristiques de Suisse s'annonçait féroce. Afin d'exister au niveau national dans ce contexte tendu et incertain, LGT a été soutenue par l'Association Régionale La Gruyère (ARG) à hauteur de CHF 150'000.- pour l'été et l'automne 2020. Cette précieuse et généreuse aide a permis à LGT de toucher un grand nombre de potentiels visiteurs et de faire connaître notre région par des moyens marketing rarement à portée de l'organisation et ainsi de concurrencer les autres régions de Suisse, ordinairement moins présentes sur le marché domestique.

LGT a d'abord opté pour une campagne de relance sur les réseaux sociaux dès le déconfinement puis une campagne multi-canaux soutenue par un slogan de circonstance: « La Gruyère, une région proche qui vous emmène loin ». Ce slogan positionne notre région comme une destination de vacances idéalement située au centre de la Suisse et proposant un dépaysement propice à des vacances reposantes et riches en activités. Les supports sélectionnés ont permis d'atteindre les public-cibles variés qui avaient été choisis: réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Youtube), réseaux de recherche Google, affichage SGA, branding d'un car, presse quotidienne, magazines, écrans embarqués dans les transports publics, radios et sites web touristiques. LGT a notamment profité de ces supports pour mettre en avant son offre forfaitaire phare le « Passeport La Gruyère » afin d'avoir une proposition concrète de séjour et de pouvoir faire profiter à nos nombreux prestataires des retombées de cette campagne marketing. Les produits du terroir ont également été inclus à notre campagne, grâce au cadeau de bienvenue offert avec chaque réservation du Passeport La Gruyère: une Picnic Box composée de produits locaux.

Certaines initiatives locales ont également été soutenues dans le cadre de cette campagne 2020 telles que la diffusion en direct de la Désalpe de Charmey sur la RTS ou le Drive-in Festival du Lied. Ces événements spéciaux ont permis de montrer La Gruyère dans les médias comme rarement auparavant. Cette campagne divisée en 16 actions marketing concrètes aura généré plus de 18 millions de contacts marketing et contribué à faire rayonner La Gruyère dans toute la Suisse.



Changer d'air près de chez soi

Descouvrez la région de La Gruyère, un véritable concentré de histoire, de culture, de traditions, de gastronomie et de nature au cœur de la perfection. Avec le «Passeport La Gruyère», profitez pleinement de son grand nombre d'activités dans les Pays de l'Ébérouge.

Randonnées: Entre sommets et vallées

Admirez les panoramas exceptionnels des Alpes Fribourgeoises. Le paysage varie du pittoresque aux paysages sauvages et spectaculaires. Découvrez les sommets et les vallées, de la vallée de l'Ébérouge aux montagnes de la Gruyère.

Remontées mécaniques: Le panorama sans peine

Cette offre de remontées mécaniques de La Gruyère, Charmey, Joux et Villars, les rendent accessibles à tous. Elles offrent une vue panoramique sur la région de La Gruyère, une expérience unique et un dépaysement incomparable.

Été 2020: Pour tous les goûts

Le programme été 2020 rassemble des activités variées pour profiter pleinement de l'été. Une semaine de festivités, de concerts, de spectacles et de soirées. Des événements de tous les goûts et pour tous les âges.

Activités et musées: Pour tous les âges

Le musée de la Haute-Colline vous fait découvrir la région de La Gruyère par le biais de ses collections. Une offre de visites guidées et de ateliers pour tous les âges. Découvrez également les musées de la région de La Gruyère.

Bien-être: Nordique ou oriental

Après une longue journée, accordez-vous un moment de détente avec Bain de la Gruyère à Charmey. Le bain de vapeur et le sauna vous offrent un moment de détente et de bien-être. Découvrez également les hammams de la région de La Gruyère.

Passeport La Gruyère: Tout compris au prix fixe

Le Passeport La Gruyère vous offre une offre de vacances complète et personnalisée. Il comprend le transport, l'hébergement, les repas, les activités et le matériel nécessaire pour profiter pleinement de la région de La Gruyère.

PicnicBox

Une destination proche qui vous emmène loin

1 PicnicBox offerte pour chaque réservation « Passeport La Gruyère »

Sozial und dach so fern - Eine Destination zum Träumen

1 PicnicBox bei jeder «Passeport La Gruyère»-Buchung offertiert

LA GRUYÈRE
www.la-gruyere.ch

ACTIONS MARKETING PUBLICITÉ & PROMOTION

Campagne Fribourg Région – Été

La principale campagne de Fribourg Région et de LGT, via le fond marketing coordonné, se concentre sur la Suisse, le 1^{er} marché de la région et d'autant plus important en 2020. Pour La Gruyère, cette campagne a généré les principaux résultats suivants :

- Encart de la brochure cantonale dans 5 grands magazines regroupant 1,6 millions de lecteurs
- 8'654 vues qualitatives sur la landing page dédiée à La Gruyère
- 278'000 personnes atteintes via une campagne digitale sur Blick.ch
- Campagne de contenu (bannières native) générant 9 millions d'impressions
- 62'250 personnes atteintes via les post d'influenceurs invités dans la région
- 3 Newsletters envoyées à plus de 75'000 personnes
- Campagne sur les réseaux sociaux et Google totalisant 6 millions de vues

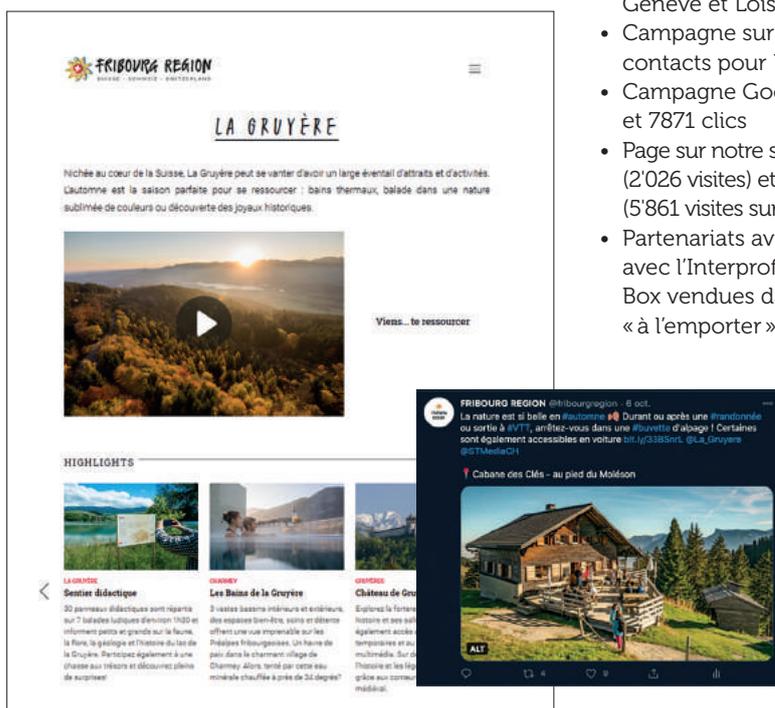
Suite à l'émergence du Covid-19, Fribourg Région a également mis en place une campagne de relance parallèle à la campagne suisse mettant en avant des programmes de vacances dans le canton soutenue par 4 vidéos, un concours, une communication à la presse et des actions sur les réseaux sociaux pour un total de 1,5 millions de contacts.



Campagne Fribourg Région – Automne

1^{ère} campagne de Fribourg Région focalisée sur cette saison importante pour le tourisme, les messages et activités proposaient plusieurs points forts gruériens :

- Campagne de contenu (bannières native) générant 917'050 impressions et 2101 clics pour LGT
- Envois de Newsletter avec Freizeit.ch, Loisirs.ch, UFT, Terre&Nature et Tourisme Info
- Partenariat avec des médias dont Travelnews, Terre&Nature, Le Matin, 24heures, Tribune de Genève et Loisirs.ch
- Campagne sur les réseaux sociaux, 235'140 contacts pour LGT
- Campagne Google Ads, 229'000 impressions et 7871 clics
- Page sur notre site www.la-gruyere.ch/automne (2'026 visites) et site dédié de Fribourg Région (5'861 visites sur la partie La Gruyère)
- Partenariats avec Terroir Fribourg : concours avec l'Interprofession de la cuchaule, Picnic Box vendues dans tout le canton, Bénichon « à l'emporter »



Campagne Suisse Tourisme – été

La Gruyère recherche une présence proportionnellement forte (25% des efforts du canton) sur cette campagne importante de Suisse Tourisme (ST) pour mettre en avant sur bon nombre de plateformes de ST, ainsi que sur différents marchés, la saison la plus forte de la destination.

- 4 expériences concrètes à vivre en Gruyère :
 - › Le chemin des Préalpes fribourgeoises
 - › Randonnée de La Berra à la Valsainte
 - › Randonnée sur le sentier de la crête du Moléson
 - › Visite de la cité de Gruyères
- Canaux principaux de ST : newsletter, site Internet, réseaux sociaux et autres supports spécifiques dans les marchés, environ 1,25 millions de contacts
- Présence dans Coopzeitung, 2,5 millions de lecteurs
- 2 offres été sur le site de ST toute l'année

Campagne Suisse Tourisme – France

Sur le principal marché étranger de La Gruyère, ST a pu, malgré la crise du Covid-19, mener à bien certaines actions marketing en 2020 :

- Action avec le Courrier international dans leur magazine, réseaux sociaux et site web avec des articles dédiés : 14,9 millions de contacts sur tout le canton
- Action avec le magazine Geo et le National Geographic Traveler Suisse grâce à 1 vidéo et 2 articles pour La Gruyère promus massivement sur les supports print et digitaux : 12,4 millions de contacts sur tout le canton
- Action avec le magazine Grands reportages, 32 pages sur le canton dont 10 pour La Gruyère, 42'000 exemplaires pour 650'000 lecteurs
- Podcasts avec Slate.fr : 14'225 écoutes pour La Gruyère et 9'096 pages vues, Native ads sur leur homepage : 100'005 impressions et 664 clics, 312'877 impressions sur leurs réseaux sociaux

Campagne Fribourg Région – Allemagne

Sur le marché allemand, uniquement les actions print ont été maintenues pour des questions de délai d'annulation :

- Wandermagazin RegioPanorama, 17 pages, 17'000 exemplaires, 144'500 lecteurs
- Wandern & reisen, 5 pages, 40'000 exemplaires, 80'000 lecteurs
- Liebes Land, 80'000 exemplaires, 290'000 lecteurs
- Catalogue envoyé à 850 médias dans tout le pays

Sentier de la crête du Moléson
 Route: Moléson sur Crêttes, Plan-Francoy - La Villed - La Moléson, station agrotour du Moléson

Diese Wanderung führt über eine spezielle Route auf den Gipfel des Moléson. Es geht über Alpwiesen, typisch für die Freiburger Kulturlandschaft. Interessierte Wanderer können den Sennern bei ihrer traditionellen Arbeit zuschauen.

Beschreibung
 Die Strecke führt über die Weiden bis Plan-Francoy, wo es zu Fuss entlang in Richtung der Höhe des Moléson über die Alpe, generell normale, die Tradition der hochalpinen Alpwirtschaft hat. Von 15. bis zu Beginn des 19. Jahrhunderts besiedelten die Alpwirtschaftler die Alpe mit ihren Chèvres (Ziegen), ihren Kühen, ihren Schafen (Ziegen), ihren Mähen, ihren Schindeln und ihren Schindeln. Diese Jungtiere war für den Transport des Käses ins Flachland notwendig. Die Tiere waren an die Alpe, bis in den 1930er Jahren auch im Flachland Moléson entstanden. Heute erhalten die Sennern und die Touristen die traditionelle Alpwirtschaft.

Von der Höhe geht es nun weiter in Richtung La Villed. An der Kreuzung wird links auf den beliebtesten Weg abgedreht, um zum Chalet de la Moléson zu gelangen. Dieses Haus gibt auf den Fluss La Moléson zurück, die in der Höhe entspringt. Auf dem Fluss wandert man entlang der Rinde des Moléson. Der Weg steigt langsam an – und schon bald ist das Ziel der Wanderung erreicht. Auf dem Gipfel bietet die Sonne eine tolle Aussicht über die Landschaft des Moléson, die Gletscher und die Alpenwelt.

Mit diesen schönen Bildern im Kopf schaut es sich anschließend langsam mit der Bergbahn zurück nach Plan-Francoy. Tipp: Wer Lust hat, kann auch zu Fuss nach Plan-Francoy zurückgehen, über La Moléson (siehe Info) oder über Tourist-Office (Info).

270 Nr. 270
 Distanz: 8 km
 Dauer: 3 h
 Aufstieg: 720 m
 Wetter heute: 6°
 Regenwahrscheinlichkeit: 4%

TERRE DE TRADITIONS
 LE CANTON DE Fribourg PRÉSENTE
 LE CANTON DE Fribourg PRÉSENTE
 LE CANTON DE Fribourg PRÉSENTE
 LE CANTON DE Fribourg PRÉSENTE

La Gruyère

Wandermagazin RegioPanorama

Die Aussicht ist beeindruckend...
 Mit diesem...
 Die...
 Die...
 Die...



Campagne Suisse Tourisme – Autres Marchés

Certains marchés secondaires ont été travaillés par Fribourg Région avec de la visibilité à la clé pour La Gruyère.

Bénélux

- Action avec le magazine AS Adventure & Bever, diffusion d'une vidéo interactive tournée dans la réserve du Vanil Noir, 2,8 millions d'impressions
- Vidéos « Dream now, travel later » en réaction au Covid-19 incluant La Gruyère

Espagne

- Grande promotion de la gastronomie suisse et notamment du fromage, de la fondue moitié-moitié et du canton de Fribourg : collaboration avec un hôtel et plusieurs magazines, création d'un microsite sur le site de Suisse Tourisme, distribution de guides gastronomiques (98'500 exemplaires), communication sur les réseaux sociaux.
- Brochure traitant du Grand Tour de Suisse comprenant 8 pages sur Fribourg Région distribuée avec les magazines ELLE, Esquire, Men's Health et Car & Driver.
- Trade roadshow à Madrid, Bilbao et Barcelone : rencontre avec les plus importants TO's et TA's, 170 participants

Campagne Suisse Tourisme – Spa & Vitality

Participer à cette campagne est une excellente opportunité pour LGT de se différencier des autres régions et de profiter d'une approche spécifique développée par ST pour les destinations labellisées wellness comme Charmey.

- Brochure Spa & Vitality, tirage à 39'000 ex. Distribution sur les promotions ST, dans les hôtels, encartage dans le magazine Schweizer Illustrierte. 580'000 lecteurs
- Encart dans le quotidien 24heures en juin, 49'107 exemplaires, 164'000 lecteurs
- Article dans l'Illustré et Schweizer Illustrierte en juin 2020, 192'474 exemplaires, 775'000 lecteurs
- Article dans Schweiz am Wochenende, 410'000 exemplaires, 1'090'000 lecteurs
- Offre Spa & Vitality à Charmey sur le site de ST toute l'année
- Newsletter envoyée à 690'476 abonnés

Campagne Hiver

LGT investit dans la campagne ST hiver afin de positionner notre région également pour les sports d'hiver. La Gruyère y est présente avec 4 stations (sur 6 stations fribourgeoises au total). En 2020, le message central du canton s'est articulé autour de la key story sur la skieuse freestyle et ambassadrice de LGT Mathilde Gremaud. Une vidéo et un photoshooting dédiés ont été réalisés dans ce but.

- Landing page sur myschweizerland.com (9'610 visites), la-gruyere.ch et fribourgregion.ch
 - Réseaux sociaux (Facebook, Youtube, Instagram & Pinterest : 889'501 d'impressions)
 - Newsletter (733'000 envois), magazine hiver (tirage : 300'000 ex.)
 - Article sur Loisirs.ch, 20minutes.ch, Skipass.fr, GEO et Bergwelten concernant la key story
 - Offre forfaitaire hiver de LGT sur le site de ST toute l'année
- Parallèlement à la key story, LGT était également présente dans cette campagne avec des expériences concrètes à vivre en Gruyère : sortie en luge à Moléson, en raquettes à Charmey et fondue au Gîte d'Allières à La Berra. Ces expériences totalisent 8 millions d'impressions sur Facebook et Instagram pour 30'841 clics.

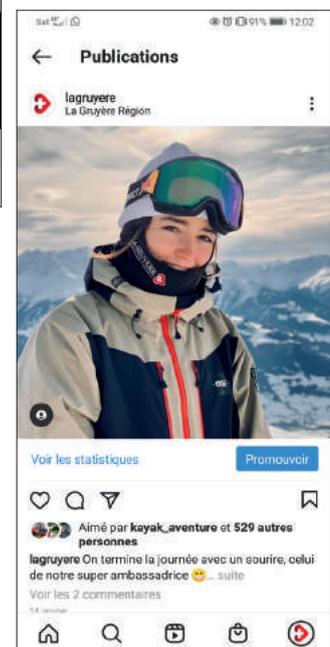
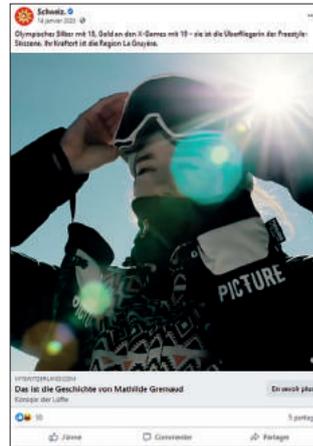


ACTIONS MARKETING AUTRES ACTIONS DE COMMUNICATION

Sponsoring - Mathilde Gremaud

LGT est très fière de pouvoir compter sur une ambassadrice de renom telle que Mathilde Gremaud dont le profond attachement à sa région d'origine permet à La Gruyère de rayonner avec elle sur ses nombreux podiums. Très active sur les réseaux sociaux Instagram (43k fans) et Facebook (4,5k fans), elle publie fréquemment du contenu en lien avec ses activités favorites à faire dans la région. A ce sujet, une vidéo avec Mathilde passant une journée en Gruyère a été réalisée par LGT et diffusée sur nos canaux de communication. Mathilde a également été en 2020 la personnalité incarnant La Gruyère et le canton de Fribourg dans la vidéo de la campagne hiver de ST.

Découvrez-en davantage sur notre ambassadrice :
www.la-gruyere.ch/mathilde



Actions ponctuelles

LGT travaille depuis quelques années au service de moyens marketing supplémentaires amenés par des prestataires touristiques. Ces actions ponctuelles et ciblées complètent les actions de LGT et permettent à nos partenaires de profiter de notre savoir-faire en matière de marketing tout en resserrant les liens avec les prestataires via ces partenariats « gagnant-gagnant ». En 2020, toutes les actions n'ont pas pu être menées en raison du Covid-19, mais certaines ont pu tout de même être concrétisées :

- Participation à la communication de Moléson et Charmey
- Partenariat avec le Pool de promotion Gruyères
 - › Campagne sur Google Ads (8250 clics, 301'310 impressions)
 - › Organisation et promotion de visites guidées
- Collaboration et coordination avec quatre attractions majeures de la région
 - › Communication aux écoles publiques dans les magazines Berner Schule et Educateur (17'317 exemplaires)
 - › Annonces digitales dans les stations-services vaudoises durant 14 jours: 195 écrans pour 693'420 diffusions
 - › Mailing à 515 caristes suisses, allemands et français
- Participation à la promotion de l'association des Musées en Gruyère, réalisation de vidéos de promotions et promotion sur les réseaux sociaux.

Seules les principales informations ont été reprises ci-dessus.
Demandez-nous tous les détails des campagnes :
marketing@la-gruyere.ch



Découvrez les traditions suisses avec vos élèves

La Maison du Gruyère, le Musée grüerier, la Maison Cailler et le Château de Gruyères vous accueillent!

Nos offres pédagogiques sont à portée de tous, dispensées toute l'année et adaptées. En Gruyère, vos élèves découvriront et apprendront, dans un cadre qui ne les laisse pas indifférent. Vous atteindrez des objectifs de plan d'études grâce à notre approche à chaque niveau: visites animées ou courtes, chasses au trésor, quiz, ateliers créatifs et dégustations. Dans une même région, vous pouvez organiser un programme varié et enrichissant.

Tous les sens sont en éveil pour découvrir les subtilités, le chocolat et le fromage ou parcourir une merveilleuse fabrication. Les élèves se tiennent dans le pied d'un animal, d'un chocolatier, d'un fromager ou d'un chevalier. Ils s'intéressent au travail de cheville, suivent les étapes de la transformation du lait ou du cacao. En parcourant château, vieille ville ou musée, ils s'imprègnent dans la vie quotidienne au Moyen-Âge, au XIXe et à la ferme ou à différentes époques en ville.

Travaux d'histoire et de géographie en suivant les pas d'un entrepreneur dans une grande usine, d'un comte médiéval au temps du château, d'un marchand de fromages. Des courses et un atelier initient à la peinture romanesque, à l'art populaire des pays, à l'histoire de la photographie ou à la cuisine contemporaine.

La Gruyère Tourisme est à disposition pour répondre à vos questions et vous aider à organiser vos visites en Gruyère. N'hésitez pas à nous contacter au +41 (0) 848 424 424 ou par mail à info@tourisme-la-gruyere.ch.

LA MAISON DU GRUYÈRE

DEVENEZ FROMAGER...

WWW.LAMAISONDUGUYERE.CH

LA MAISON DU GRUYÈRE
FROMAGERIE DE DÉMONSTRATION

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

LA GRUYÈRE
UN PAYS DE CŒUR. LA GRUYÈRE CH

ACTIONS MARKETING

SUPPORTS DE COMMUNICATION

Site Internet

Si l'année 2020 présente des résultats difficiles en raison de la pandémie, la fréquentation du site Internet de La Gruyère Tourisme a atteint un nouveau record. Une hausse de 16.5% des visites a pu être observée sur l'ensemble de l'exercice 2020, comparée à une année 2019 déjà exceptionnelle.

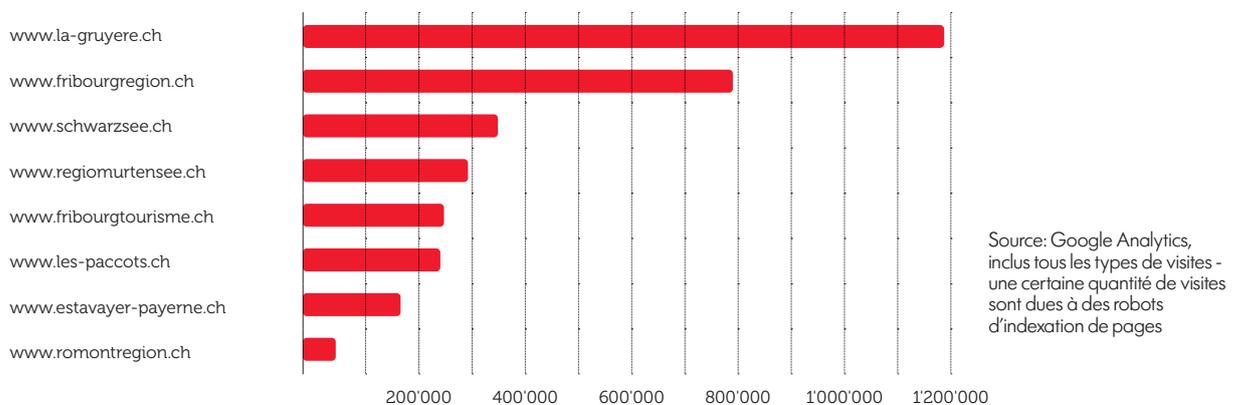
Cette fréquentation spectaculaire s'équilibre sur l'année, avec des mois connaissant une croissance de plus de 50%, notamment en mai lors de la 1^e reprise touristique post-confinement. D'autres mois connaissent des résultats négatifs, par exemple en mars avec une perte de 17%. Ces variations et cette croissance s'expliquent grâce aux nombreuses actions promotionnelles entreprises et à l'amélioration continue du site, avec près de 20% de visites supplémentaires depuis Google. Mais également grâce à la levée des restrictions sanitaires, qui a mené les visiteurs à s'intéresser à l'offre foisonnante et souvent Covid-compatible de La Gruyère Tourisme.

Les faits marquants de 2020 sur le site Internet

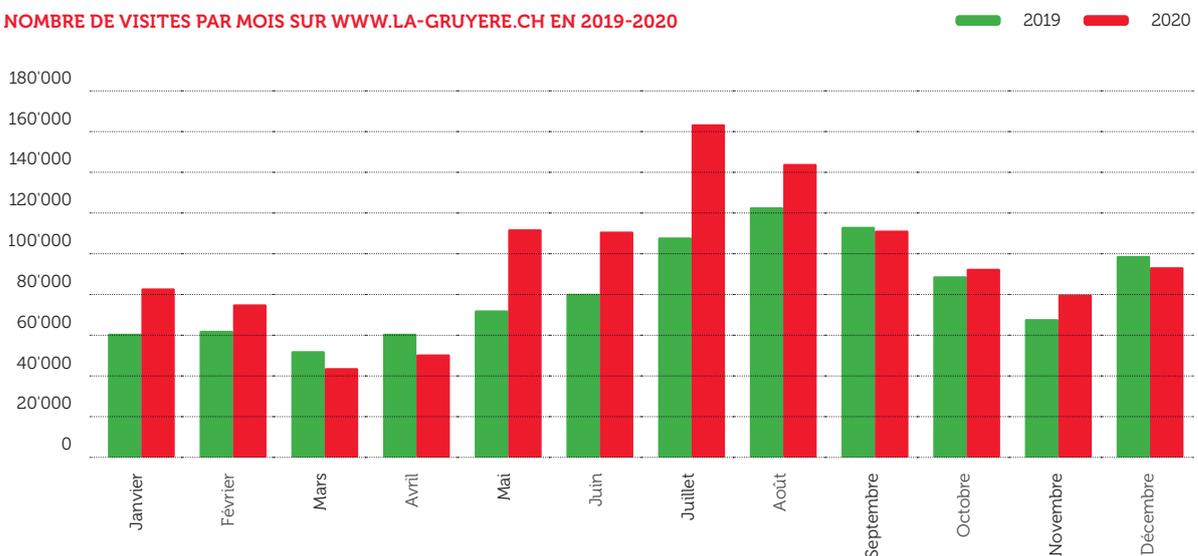
- Amélioration continue sur le référencement naturel
- Mises à jour quotidiennes, création de contenus et d'actualités hebdomadaires
- Plus de 2'000 pages / éléments sont couverts
- Développement de nouveaux templates
- Test du logiciel de vente en ligne Smeetz
- Augmentation du temps moyen passé sur le site
- 1,7 millions de visites pour 3 millions de pages vues au total

Retrouvez le rapport statistique complet du site la-gruyere.ch sur : www.la-gruyere.ch/rapport

NOMBRE DE VISITES SUR LES DIFFÉRENTS SITES DE LA PLATEFORME FRIBOURG RÉGION EN 2020



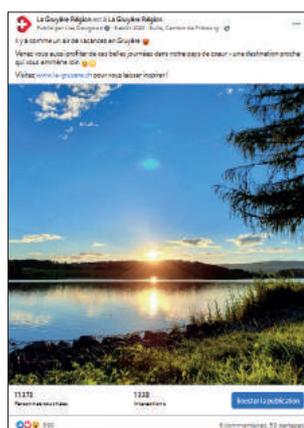
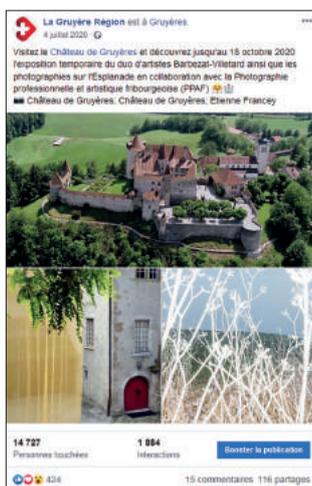
NOMBRE DE VISITES PAR MOIS SUR WWW.LA-GRUYERE.CH EN 2019-2020



Réseaux sociaux

Avec l'impossibilité de voyager pendant une bonne partie de l'année 2020, une tendance à consommer du contenu touristique digital a été observée partout dans le monde. La Gruyère Tourisme obtient du coup d'excellents résultats sur ses activités en ligne dont bien entendu les réseaux sociaux. Ces derniers ont également servi de canal de communication afin d'informer nos hôtes sur les différentes restrictions, ouvertures et informations spécifiques au Covid.

La Gruyère Tourisme suit de près l'évolution des réseaux sociaux en misant en 2020 sur la vidéo et les stories, vecteurs plus interactifs et en adéquation avec la manière de consommer les médias en 2020.



f **2020**

24'505 **+ 25%**

127'071 **+ 146%**

3.77 mio **+ 86%**

504'363 vues

CHF 8307.25 DÉPENSÉS SUR BUSINESS POUR 1'729'892 PERSONNES TOUCHÉES
COÛT MOYEN PAR RÉSULTAT CHF 0.44

Instagram **2020**

17'835 **+ 40%**

157'446 **+ 11%**

2.22 mio **+ 82%**

Stories **178** **395'831**

182'495 vues

YouTube **2020**

129'390 min **+ 166%**

190'839 **+ 235%**

BROC | BULLE | CHARMÉY | GRUYÈRES | INTYAMON | JAUN | LA BERRA | LAC DE LA GRUYÈRE | MOLESON-SUR-GRUYÈRES | 2020

LA GRUYÈRE

LE GUIDE DE VOS VACANCES
IHR FERIEBERATER
YOUR HOLIDAY GUIDE



IA GRUYÈRE
UN PAYS DE CŒUR LA-GRUYERE.CH

Informations touristiques
Touristische Informationen
Tourist Information
www.la-gruyere.ch

Brochures

Le « Guide de vos de vacances » pour La Gruyère, revu profondément en 2015 pour proposer toute la région dans un seul support, est le principal document papier de LGT et se veut être la référence de l'information touristique de la région. Tirée à 60'000 exemplaires, traduite en 3 langues et mise à jour chaque année, la brochure de 82 pages est principalement distribuée dans la région afin d'orienter les clients sur les nombreuses activités et offres que propose La Gruyère.

La carte de randonnée « Plan panorama », rééditée en 2020 à 50'000 exemplaires, est toujours distribuée en complémentarité du guide et est très appréciée des clients pour son côté pratique, compact et « best of ».

BROC | BULLE | CHARMÉY | GRUYÈRES | INTYAMON | JAUN | LA BERRA | LAC DE LA GRUYÈRE | MOLESON-SUR-GRUYÈRES

IA GRUYÈRE
UN PAYS DE CŒUR LA-GRUYERE.CH

PANORAMA
NOS RANDONNÉES
UNSERE WANDERWEGE
OUR FAVOURITE WALKS



Carte panoramique
Panoramakarte
Panorama map
www.la-gruyere.ch/rando

Divers

LGT dispose d'un catalogue de 22 articles/produits de merchandising à disposition des partenaires pour leurs actions promotionnelles ou pour de la revente.

Retrouvez la liste du matériel disponible ici
www.la-gruyere.ch/catalogue



ACTIONS MARKETING PRODUITS

Passeport La Gruyère et autres

Le « Passeport La Gruyère » est l'offre phare de LGT et est largement utilisé comme outil de promotion en raison de son attractivité. De plus, comptant 16 hôtels et 24 prestataires d'activités, l'offre se veut représentative de la région et promeut nos partenaires en leur assurant des retombées économiques. Les réservations sont en forte hausse en 2020 générant 988 nuitées.

Nouveautés des forfaits LGT 2020 :

- Passeport – création d'un nouveau visuel de promotion
- Création d'un forfait de randonnée en cabanes d'altitude, projet mis en attente à cause du Covid-19
- Création du forfait « Bienvenue en terres (in)connues ! » en collaboration avec les OT's de Morat et de la ville de Fribourg en réaction au Covid-19 et les nouvelles demandes de séjours suprarégionaux.

DÈS / AB / FROM CHF 175,-
PAR PERSONNE POUR 2 NUITS. ACTIVITÉS INCLUSES
PRO PERSON FÜR 2 ÜBERNÄCHTUNGEN. AKTIVITÄTEN INBEGRIFFEN
PER PERSON FOR 2 NIGHTS, ACTIVITIES INCLUDED

Passeport La Gruyère

Un séjour en Gruyère avec
Ein Aufenthalt in La Gruyère mit
A break in La Gruyère with

- Nuitée(s) avec petit-déjeuner**
Übernachtung(en) mit Frühstück
Overnight stay(s) with breakfast
- Boisson de bienvenue + Soirée fondue (dès 2 nuits)**
Willkommensdrink + Fondue-Abend (ab 2 Nächten)
Welcome drink + Fondue night (from 2 nights)
- Transports publics**
Öffentlichen Verkehrsmitteln
Public transport
- 8 visites gratuites ou rabais à choix**
8 kostenlosen Besichtigungen oder Rabatten nach Wahl
8 free visits or discounts of your choice

Catégorie de prix* Preiskategorie*	1 nuit / pers. 1 Nacht / Pers.	2 nuits / pers. 2 Nächte / Pers.	Nuit suppl. Zusätzl. Nacht	Suppl. chamb. simple / nuit Zuschlag für EZ / Nacht
1	CHF 105.-	CHF 175.-	CHF 60.-	CHF 20.-
2	CHF 115.-	CHF 195.-	CHF 70.-	CHF 25.-
3	CHF 125.-	CHF 215.-	CHF 80.-	CHF 30.-
4	CHF 135.-	CHF 235.-	CHF 90.-	CHF 35.-
5	CHF 175.-	CHF 315.-	CHF 130.-	CHF 40.-

* Selon le choix de l'hôtel. Listing des hôtels ainsi que conditions et prix enfants sur www.la-gruyere.ch/passeport
* Je nach Wahl des Hotels. Liste der Hotels sowie Bedingungen und Tarife für Kinder unter www.la-gruyere.ch/pass
* According to the choice of hotel. Listing of the hotels, conditions and rates for children on www.la-gruyere.ch/passeport

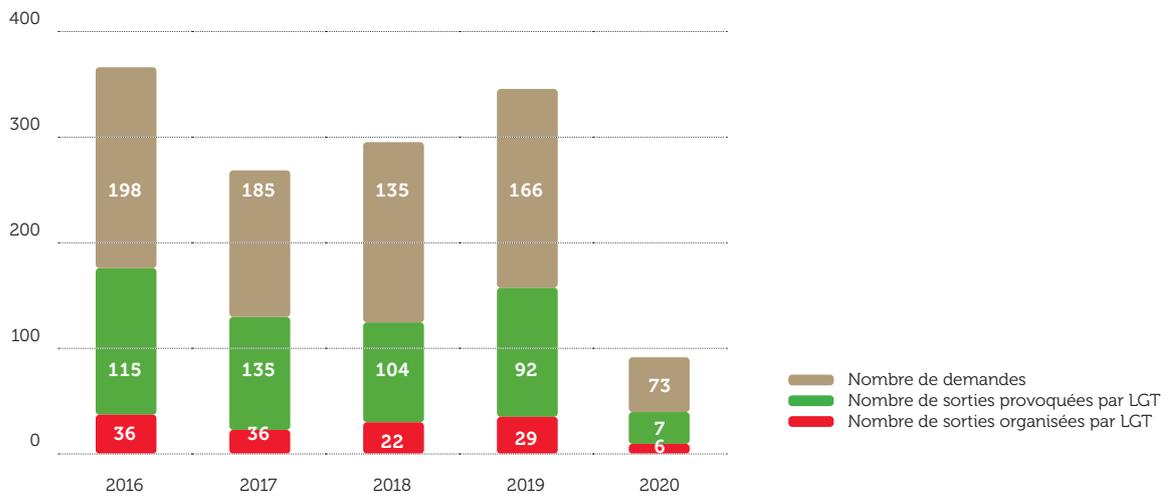
LA GRUYÈRE
UN PAYS DE CŒUR LA-GRUYERE.CH

ACTIONS MARKETING INCOMING

Sorties de groupes

Le département incoming de LGT a connu sans surprise une chute vertigineuse en 2020 vu l'impossibilité de se réunir en groupe :

- Baisse de 80 % du nombre de groupes par rapport aux 5 dernières années ; seuls 6 groupes ont pu être accueillis.
- Baisse de 90 % du nombre de participants par rapport aux 5 dernières années vu les restrictions de rassemblement.



Relations publiques

Pour une organisation touristique, ce vecteur est d'autant plus intéressant qu'il présente un retour sur investissement exceptionnel si les frais générés sont mis en rapport avec la portée et la valeur publicitaires des espaces en question. Bien entendu, les visites de presse ont grandement baissé en 2020 mais certains séjours, pendant l'été notamment, ont quand même pu être organisés :

- 31 visites de presse organisées / co-organisées par LGT
- 70 journalistes / photographes
- Environ 75 millions de contacts potentiels générés

Retrouvez le rapport médias complet sur www.la-gruyere.ch/rapport

Events – Foires & promotions

Sur une année normale, au-delà des événements et animations organisées par les SD gérées par LGT, cette dernière s'associe à quelques manifestations afin de faire rayonner la région dans son ensemble. C'est notamment le cas avec la collaboration pour le slowUp La Gruyère et la Nuit des Musées en Gruyère. La majorité de ces grands événements ayant été annulés en 2020, LGT a quand même pu participer à quelques projets d'ampleur dont le Drive-in Festival du Lied et la diffusion en direct de la Désalpe de Charmey sur la RTS.

Sans surprise, et malgré l'importance promotionnelle incontournable des foires touristiques, aucun engagement n'a pu être tenu en 2020 en raison d'annulations en cascade.



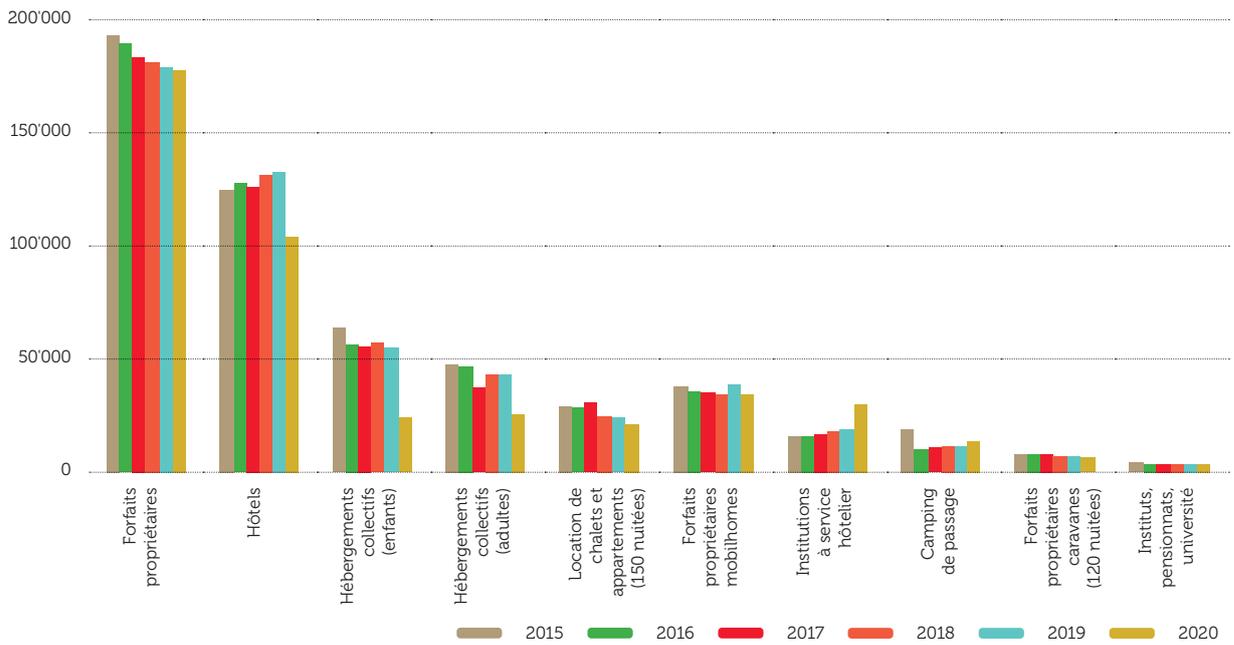
STATISTIQUES

Nuitées

L'exercice 2020 est marqué par une baisse drastique des nuitées (-16,3%) avec 430'582 nuitées enregistrées. Les plus grandes baisses concernent l'hôtellerie (-21,8%) et les hébergements collectifs (-49,5 %). A noter que pour la première fois, les nuitées générées via Airbnb ont été comptabilisées et soumises

directement à la taxe de séjour. On remarque également que les campings ont pu profiter de la situation Covid avec une hausse de 18,2%.

ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DES NUITÉES 2015-2020



Source : UFT



Attractions touristiques

Après une année 2019 exceptionnelle pendant laquelle les visites dans les attractions de La Gruyère avaient dépassé pour la première fois le million de visiteurs payants, l'année 2020 est sans surprise une année très difficile avec une baisse de presque 50% des entrées. La baisse des visites est notamment corrélée à la proportion de visiteurs étrangers visitant habituellement certaines institutions.

	Visites 2015 - 2020						Evo
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2019 - 2020
Maison Cailler, Broc	386'046	411'864	408'067	399'143	417'429	188'942	-54,7%
Les Bains de la Gruyère, Charmey	198'216	201'153	203'283	204'817	210'512	133'660	-36,5%
Château de Gruyères, Gruyères	163'954	160'600	159'393	163'833	162'646	93'376	-42,6%
La Maison du Gruyère, Pringy	151'988	160'424	166'363	171'631	181'912	63'597	-65,0%
Musée HR Giger, Gruyères	40'819	43'446	47'182	46'897	46'887	35'560	-24,2%
Musée gruérien, Bulle	18'830	18'133	14'011	22'515	20'992	14'402	-31,4%
Electrobroc, Broc	14'957	15'256	14'283	14'584	13'611	6'483	-52,4%
Tibet Museum, Gruyères	6'458	5'666	5'578	5'463	5'720	4'317	-24,5%
Musée de Charmey, Charmey	5'005	4'620	14'100	2'477	4'100	3'613	-11,9%
TOTAUX	986'273	1'021'162	1'032'260	1'031'360	1'063'809	543'950	-48,3%

Source : UFT

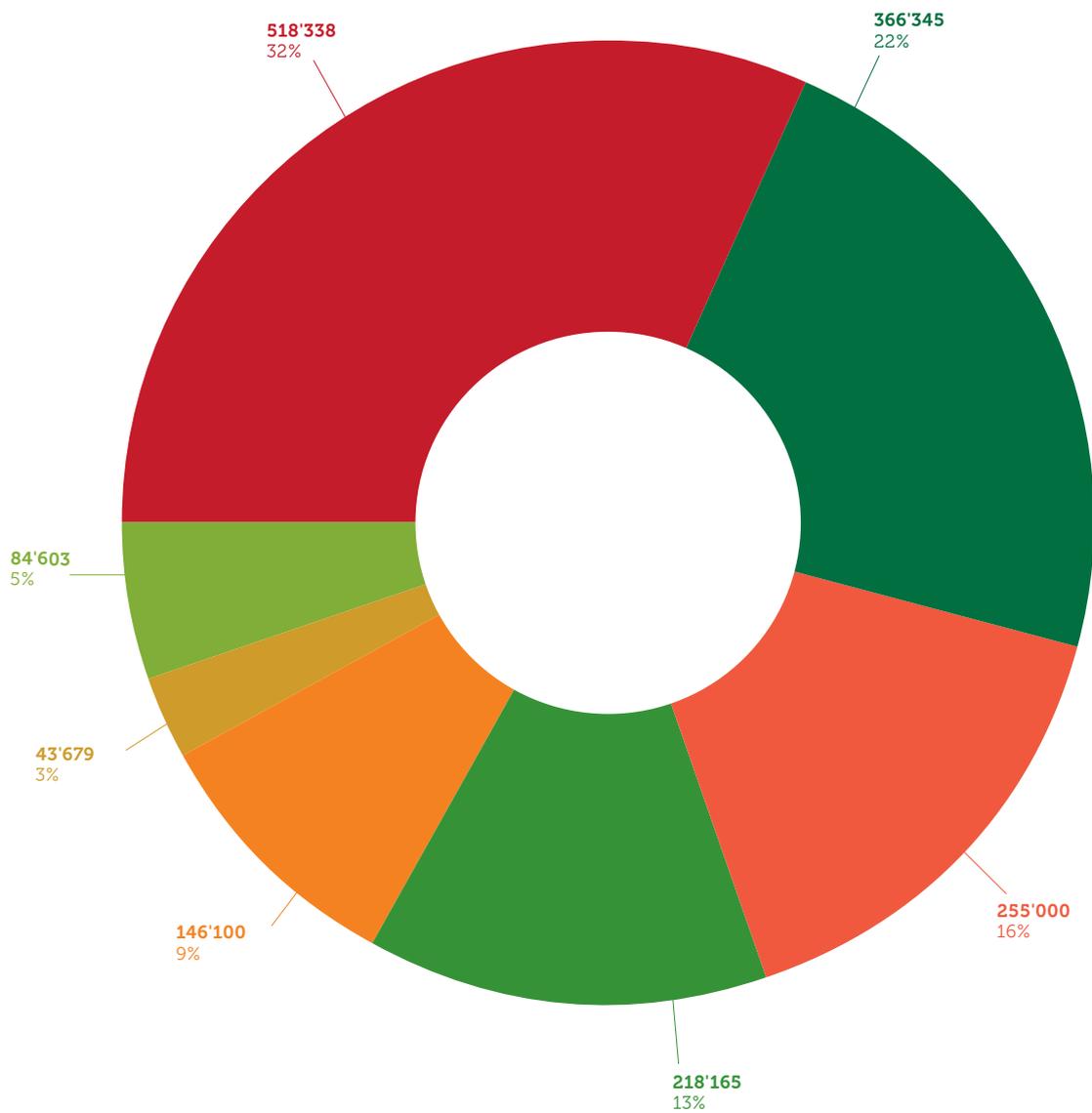


COMPTES

COMPTES D'EXPLOITATION

Compte Profits et Pertes	du 01.01.20 au 31.12.20	du 01.01.19 au 31.12.19
Recettes		
Contributions		
Communes de La Gruyère	164'164,66	164'164,66
Contribution OT-UFT	36'000,00	32'400,00
Autres contributions	218'165,12	201'838,26
Total recettes contributions	418'329,78	398'402,92
Promotion		
Communes de La Gruyère	354'173,34	354'173,34
Communes Pôles	255'000,00	255'000,00
Fonds Marketing - UFT	110'100,00	110'000,00
CA sorties d'entreprises	43'679,45	129'927,66
Ventes forfaits et autres produits	84'603,20	125'336,85
Total recettes promotion	847'555,99	974'437,85
Taxes de séjour	366'344,52	427'220,59
Total des Recettes	1'632'230,29	1'800'061,36
Charges		
Taxes de séjour		
Mandat Gratisa SA	74'280,40	74'280,40
Mandat Charmey Tourisme SA	0,00	0,00
Charges ordinaires		
Administration / Matériel	62'391,37	121'335,65
Locations / frais locaux	100'063,85	78'189,56
Révision / Comité / Honoraires	15'251,35	8'622,80
Label qualité	0,00	3'849,00
Expéditions / Envois	5'116,10	6'950,30
Centrale informations	8'019,65	5'019,09
Perte s/débiteurs	(3'600,00)	2'300,00
Amortissements	19'629,40	11'904,75
TVA	17'537,53	22'341,65
Charges promotion		
Actions Marketing	260'527,00	249'829,86
Informatique / Internet	9'330,80	14'184,85
Brochures / Calendriers	53'921,20	45'540,00
Salons / Foires	0,00	2'725,35
Prestataires touristiques	52'033,10	117'797,60
Charges salariales globales	922'436,80	991'647,10
Produits et charges exceptionnels		
Charges exceptionnelles	30'000,00	40'274,95
Total des Charges	1'626'938,55	1'796'792,91
Résultat Net de l'Exercice	5'291,74	3'268,45

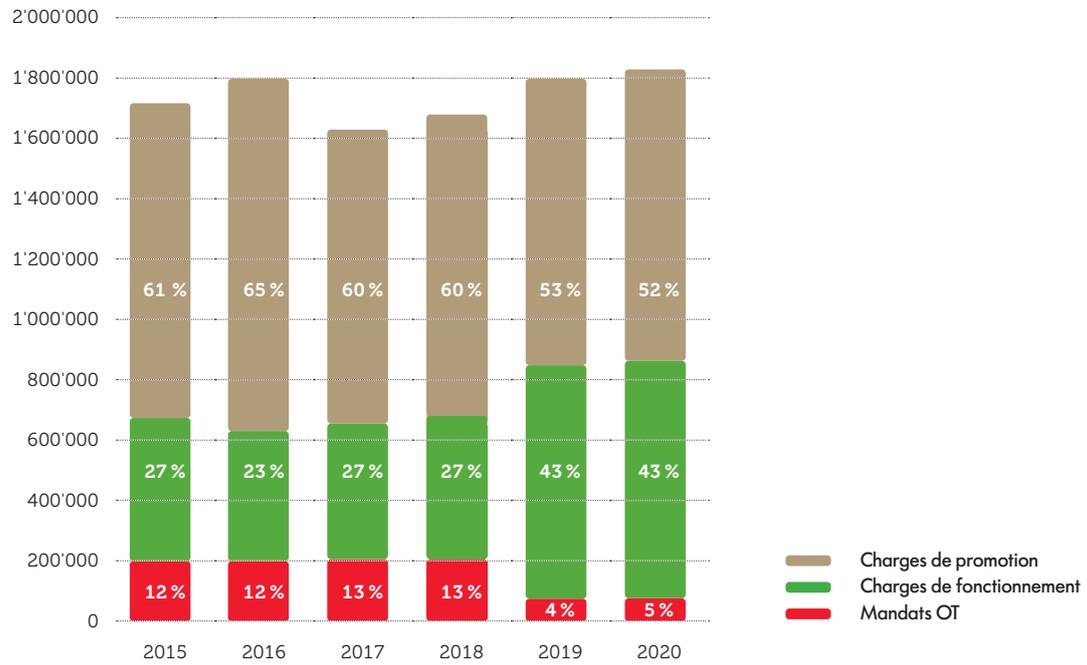
RÉPARTITION DES RECETTES 2020



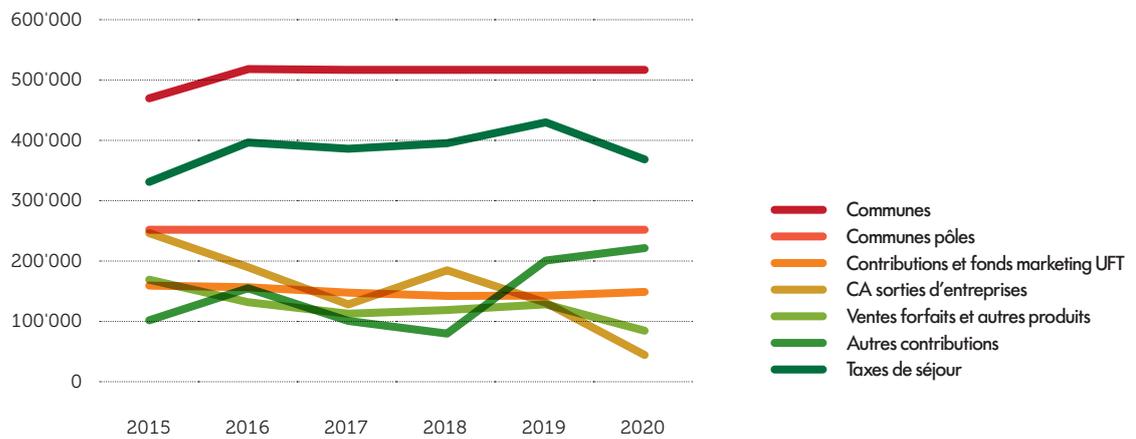
- Communes
- Communes pôles
- Contributions et fonds marketing UFT
- CA sorties d'entreprises
- Ventes forfaits et autres produits
- Autres contributions
- Taxes de séjour

BIENVENUE EN GRUYÈRE

RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES CHARGES 2015-2020



RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES RECETTES 2015-2020



COMPTES

BILAN

Bilan	au 31.12.20	au 31.12.19
Actif		
Circulant		
Liquidités	277'357,85	62'336,65
Débiteurs	91'736,84	163'923,16
Autres débiteurs	(292,00)	88,60
Titres	0,00	0,00
Stock	10'800,00	13'100,00
Actifs de régularisation	24'829,00	26'912,90
Total de l'actif circulant	404'431,69	266'361,31
Immobilisé		
Informatique	19'640,00	7'488,00
Communication/Promotion	6'360,00	6'100,00
Accueil	14'720,00	18'400,00
Total de l'actif immobilisé	40'720,00	31'988,00
Total de l'Actif	445'151,69	298'349,31
Passif		
Fonds étrangers		
Créanciers	19'137,88	37'398,70
Créancier AFC	7'001,49	7'601,70
Passifs de régularisation	42'088,04	35'160,20
Provision	117'043,83	80'000,00
Provision marketing	213'800,00	93'800,00
Provision pertes sur débiteurs	4'600,00	8'200,00
Provision pour informatique	20'000,00	20'000,00
Total des fonds étrangers	423'671,24	282'160,60
Fonds propres		
Capital	16'188,71	12'920,26
Résultat de l'exercice	5'291,74	3'268,45
Résultat au bilan	5'291,74	3'268,45
Total des fonds propres	21'480,45	16'188,71
Total du Passif	445'151,69	298'349,31

RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION

RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION SUR LE CONTROLE RESTREINT A L'ASSEMBLEE DES DELEGUES DE LA GRUYERE TOURISME

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs,

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultats) tenus par le personnel de **La Gruyère Tourisme** pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2020.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Comité directeur alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualifications 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 ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'éléments nous permettant de démontrer que les comptes annuels faisant ressortir un résultat bénéficiaire de **CHF 5'291.74** ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

En conclusion, nous vous proposons, M. le Président, Mesdames, Messieurs, d'approuver les comptes annuels tels qui vous sont soumis.

Bulle, le 23 avril 2021

Fiduciaire M. GREMAUD & Fils SA



Luc GREMAUD
Compt. avec brevet féd.
(réviseur responsable)

Annexes : comptes annuels

OBJECTIFS 2021

Marketing

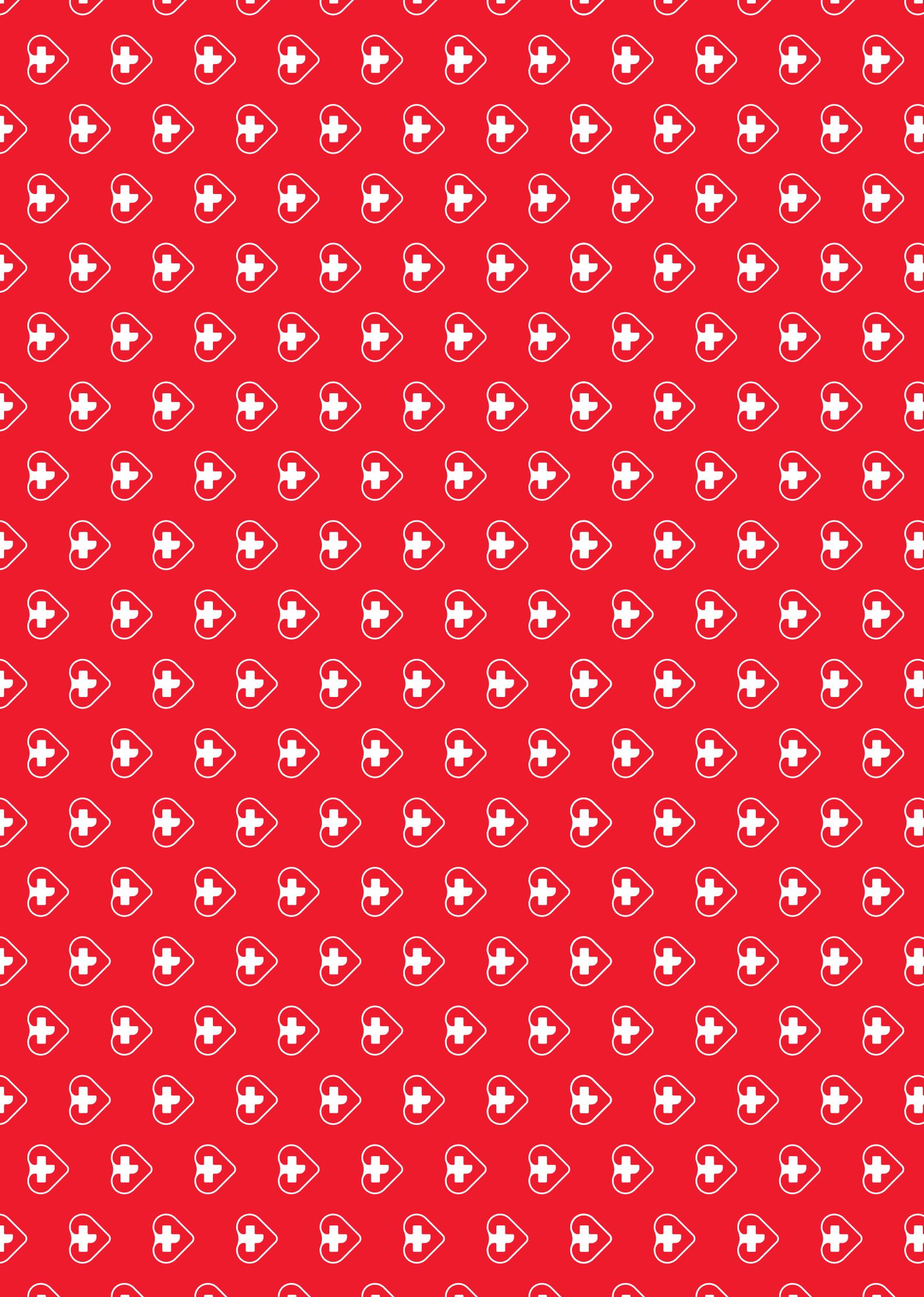
- Amélioration de la portée de nos campagnes digitales grâce à de nouveaux outils de ciblage
- Modernisation de la brochure régionale phare de LGT « Le Guide vos vacances »
- Maintien de la présence importante de La Gruyère dans les campagnes de Fribourg Région et de Suisse Tourisme
- Promotion des ventes : intégration d'une plateforme de vente en ligne d'activités
- Création de nouvelles offres de randonnée avec nuitées
- Renforcement des offres de visites sur les sites touristiques
- Partenaires : actions communes de communication

Organisation – Structure

- Poursuivre les travaux pour aboutir à une stratégie touristique et une nouvelle organisation régionale, qui intègre la révision de la Loi sur le Tourisme et les travaux FIT'NG
- Simplifier et uniformiser la gestion des différentes structures sous gestion de LGT (3 sociétés de développement, La Billetterie, LGT) : comptabilité, rapports, comités, commissions
- Améliorer et implémenter les processus communs sur les offices du tourisme : fonctionnement / information & conseils aux clients / manifestations & animations
- Améliorer la collaboration et développer des synergies avec les offices du tourisme de Moléson et de Jaun
- Amélioration des conditions de travail générales

Suivez nos activités
www.la-gruyere.ch/rapport
www.la-gruyere.ch/newsletter





La Gruyère Tourisme remercie tous ses partenaires et les prestataires pour leur engagement et l'excellente collaboration.

Nous remercions également :

- Les Communes de La Gruyère
- Les Sociétés de Développement de La Gruyère
- L'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT)

pour leurs précieuses contributions et leur soutien dans nos activités.

-  facebook.com/RegionLaGruyere
-  flickr.com/fribourgregion
-  twitter.com/La_Gruyere
-  youtube.com/lagruyeretourisme
-  instagram.com/lagruyere
[#lagruyere](https://instagram.com/lagruyere)

www.la-gruyere.ch/rapport

Recevez-vous notre newsletter partenaires ?

www.la-gruyere.ch/newsletter

LA GRUYÈRE TOURISME

PLACE DES ALPES 26, CASE POSTALE

CH-1630 BULLE, SWITZERLAND

T +41 (0)848 424 424

info@la-gruyere.ch | www.la-gruyere.ch

BROC — BULLE — CHARMEY — GRUYÈRES — INTYAMON
JAUN — LA BERRA — LAC DE LA GRUYÈRE — MOLÉSON

