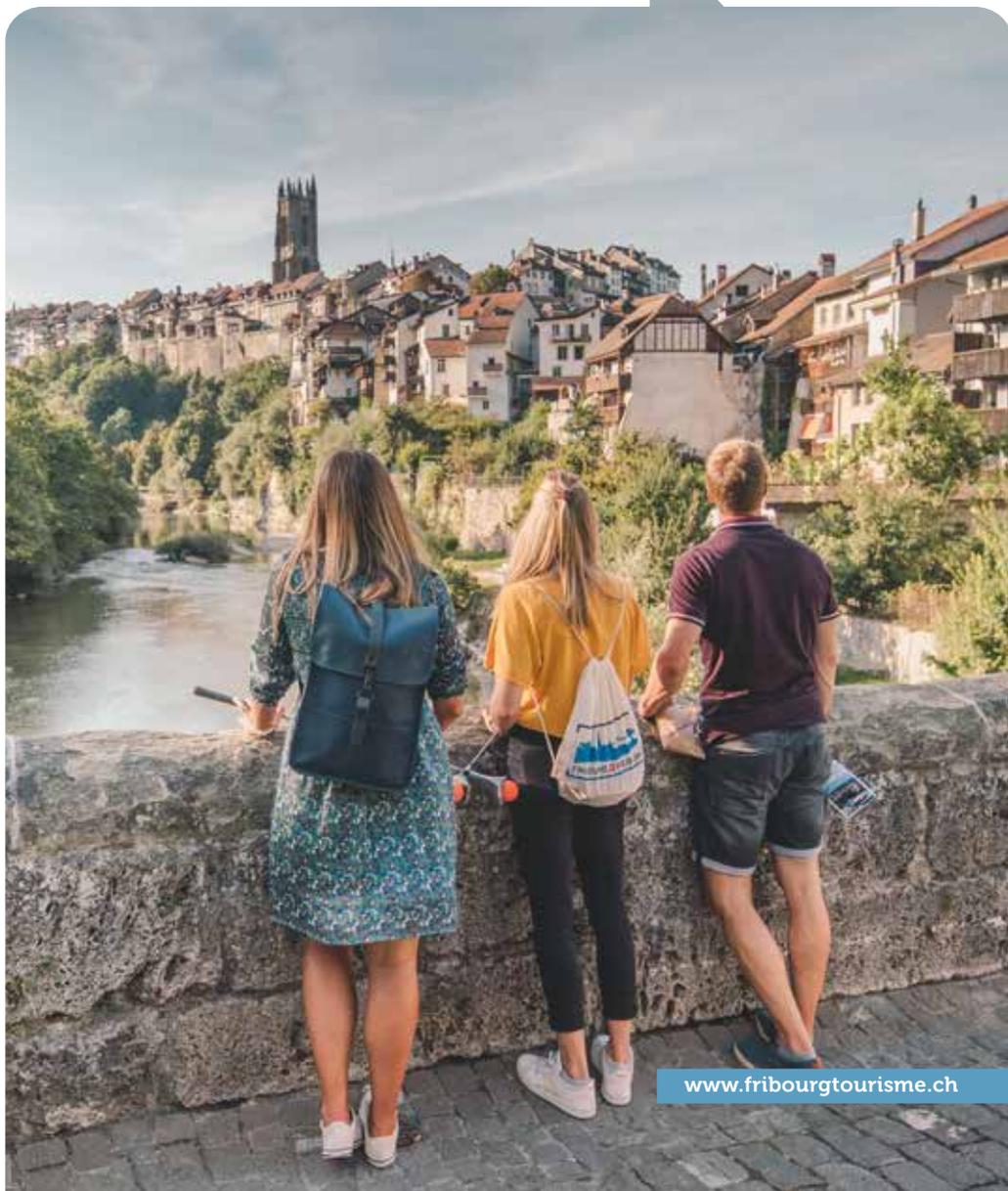




FRIBOURG | FREIBURG

RAPPORT DE GESTION 2021
GESCHÄFTSBERICHT 2021



www.fribourgtourisme.ch

A. EDITO / LEITWORT	2-3
B. DAS TOURISMUSJAHR 2021 / L'ANNÉE TOURISTIQUE 2021	4-5
C. NUITÉES ET MUSÉES	6-7
D. FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	8-25
D1. Service accueil et information	8-10
D1.1 Situation générale.....	8
D1.2 Statistiques du département.....	9-10
D2. Produits de Fribourg Tourisme	11-16
D2.1 Visites guidées.....	11-12
D2.2 Minizug.....	13
D2.3 Montée à la tour de la cathédrale St-Nicolas.....	13
D2.4 Stadtgolf.....	13
D2.5 Chasse aux trésors.....	14
D2.6 Pauschalangebote.....	14
D2.7 Taste my Fribourg.....	14
D2.8 Apéro Box.....	15
D2.9 Fribourg City Card.....	15
D2.10 Fryburg 1606.....	16
D3. Service des congrès	16
D3.1 Situation générale.....	16
D3.2 Statistiques du service des congrès.....	16
D4. Marketing	17-21
D4.1 Stratégie.....	17
D4.2 Le produit touristique.....	17
D4.3 L'expérience de l'hôte.....	18
D4.4 Le marketing.....	18-21
D4.4.1 Tourisme de loisirs.....	18-19
D4.4.2 Tourisme d'affaires.....	19
D4.4.3 Médias.....	19-20
D4.4.4 Web et supports numériques.....	20-21
D5. Service de billetterie	22-23
D5.1 Résultats.....	22
D5.2 Manifestations importantes 2021.....	22-23
E. COMPTES 2021 - RÉVISION	24-28
F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	29
G. PERSONNEL DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	30-31
G1. Collaboratrices et collaborateurs de Fribourg Tourisme et Région	30
G2. Guides officiel(le)s	31
G3. conteuses et conteurs (visites légendaires)	31
H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION	32-33



Madeleine Genoud-Page

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

Chers membres de Fribourg Tourisme et Région,

L'année 2021 n'a pas apporté les améliorations sanitaires que tout le monde attendait afin d'avoir un redémarrage rapide de la dynamique touristique. La météo capricieuse du printemps et de l'été n'a pas arrangé la situation.

Grâce à la relative détente sanitaire de l'été, les Suisses sont partis à la redécouverte de leur pays et se sont intéressés aux activités offertes par Fribourg Tourisme.

Le résultat de cette vitalité a été supérieur à la situation de 2020 ; le Comité s'en est réjoui aussi au niveau financier.

Ce même Comité que je remercie chaleureusement de son engagement fidèle a siégé quatre fois durant cette année. Au premier semestre, il a fait le suivi du délicat budget 2021, approuvé les comptes négatifs de l'année 2020, décidé d'une Assemblée Générale virtuelle au mois de mai comme l'an passé.

Il s'est aussi penché sur la Nouvelle Loi sur le Tourisme qu'il a étudiée et amendée. Dès septembre, le Comité a transmis ses remarques à la commission parlementaire qui les a soutenues. Cette nouvelle loi a été acceptée par le Grand Conseil en décembre et elle entrera en vigueur ce 1^{er} janvier 2022.

En novembre, entre autres, il a approuvé le budget 2022, et mis en place un groupe de travail pour un toilettage de nos statuts, lié à la nouvelle Loi sur le Tourisme. Merci aux personnes qui se sont proposées.

La direction a aussi préparé cette année le renouvellement du mandat de prestations avec l'Agglomération pour la période 2022-2024.

Dès le mois de juin, avec Monsieur F. Frossard - secrétaire général de l'Agglomération et membre du Comité - ainsi qu'avec le dicastère des Promotions, la direction a travaillé à la renégociation de ce mandat de prestations. Fribourg Tourisme a sollicité une réévaluation de sa subvention annuelle.

Ce nouveau contrat a été accepté par le Comité d'Agglomération et par son Conseil en décembre. Celui-ci entre en vigueur aussi le 1^{er} janvier 2022. Je remercie toutes les personnes impliquées qui ont appuyé ces démarches par leur important soutien.

Malgré les contraintes sanitaires, nos guichets ont pu continuer à accueillir nos hôtes. C'est grâce à la solidarité entre notre directeur et tous nos collaboratrices et collaborateurs et leur engagement sans faille que nous avons pu poursuivre nos missions d'accueil, d'information et d'assistance touristique.

De plus, nous avons étendu la mise en valeur des richesses historiques, naturelles, culturelles et traditionnelles de Fribourg et sa région.

Ma reconnaissance va donc à toute l'équipe de Fribourg Tourisme et à tous nos partenaires.

Chers membres, je vous remercie chaleureusement pour votre indéfectible soutien, en espérant pour chacun un avenir plus serein.

Liebe Mitglieder von Freiburg Tourismus und Region

Das Jahr 2021 hat nicht die gesundheitlichen Verbesserungen gebracht, die alle erwartet hatten, um einen schnellen Neustart der touristischen Dynamik zu erreichen. Das launische Wetter im Frühling und Sommer hat der Situation keinen Auftrieb beschert.

Dank der relativen gesundheitlichen Entspannung im Sommer machten sich die Schweizer auf, ihr Land wieder zu entdecken und interessierten sich für die von Freiburg Tourismus angebotenen Aktivitäten.

Das Ergebnis dieser Vitalität war besser als im Jahr 2020, dies erfreute den Vorstand auch in finanzieller Hinsicht. Dieser Vorstand, dem ich für seinen treuen Einsatz herzlich danke, tagte in diesem Jahr viermal. Im ersten Halbjahr verfolgte er das heikle Budget 2021, genehmigte den negativen Jahresabschluss 2020 und beschloss, wie im letzten Jahr, eine virtuelle Generalversammlung im Mai abzuhalten.

Er befasste sich auch mit dem neuen Tourismusgesetz, das er studierte und verbesserte. Ab September leitete der Vorstand diese Anmerkungen an die parlamentarische Kommission weiter, die sie unterstützte. Das neue Gesetz wurde im Dezember vom Grossen Rat angenommen und wird am 1. Januar 2022 in Kraft treten.

Im November genehmigte er unter anderem das Budget 2022 und setzte eine Arbeitsgruppe für eine Überarbeitung unserer Statuten ein, die mit dem neuen Tourismusgesetz zusammenhängen. Vielen Dank an alle die, die sich zur Verfügung gestellt haben.

Die Direktion hat dieses Jahr auch die Erneuerung des Leistungsauftrags mit der Agglomeration für den Zeitraum 2022-2024 vorbereitet.

Ab Juni wurde mit Herrn F. Frossard - Generalsekretär der Agglomeration und Mitglied des Vorstands - sowie mit dem Dikasterium für Verkaufsförderung an der Neuverhandlung dieses Leistungsauftrags gearbeitet. Freiburg Tourismus beantragte eine Neubewertung seiner jährlichen Subvention.

Der neue Vertrag wurde vom Agglomerationsausschuss und von seinem Rat im Dezember angenommen. Dieser tritt ebenfalls am 1. Januar 2022 in Kraft. Ich danke allen Beteiligten, die diese Schritte durch ihre große Unterstützung mitgetragen haben.

Trotz gesundheitsbedingter Einschränkungen konnten unsere Schalter weiterhin Gäste empfangen. Dank der Solidarität zwischen unserem Direktor und allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und ihrem unermüdlchen Einsatz konnten wir unsere Aufgaben im Bereich des Empfangs, der Information und der touristischen Unterstützung fortsetzen.

Darüber hinaus haben wir die Aufwertung der historischen, natürlichen, kulturellen und traditionellen Reichtümer von Freiburg und seiner Region ausgeweitet.



Cédric Clément

Direktor von Freiburg Tourismus und Region

Directeur de Fribourg Tourisme et Région

Auf den ersten Blick könnte das Jahr 2021 seinem Vorgänger 2020 sehr ähnlich sehen. Die Pandemie mit all ihrer Flut konkreter Auswirkungen auf die Tourismusbranche - Schliessungen, Teilausgangssperre, Reise- und Tagungseinschränkungen, gedrückte Stimmung, Unsicherheiten usw. - hat das Jahr 2020 massgeblich geprägt. Nun war das Jahr 2021 in touristischer Hinsicht ein ansehnliches Jahr. Die Bilanz ist recht gut, es hängt aber allerdings stark davon ab, welcher Tourismussektor in Erwägung gezogen wird.

Wenn man sich auf die Dimension der Tagesausflüger beschränkt, hatte die Region Freiburg eine sehr gute Saison, wenn man die späte Wiedereröffnung von Restaurants und Sehenswürdigkeiten berücksichtigt. Einige Ergebnisse liegen sogar auf dem Niveau von 2019, dem vorpandemischen Rekordjahr. In allen Fällen lagen die Besucherzahlen über denen von 2020, was alles in allem ein positives Signal im Hinblick auf eine Erholung ist.

Dennoch sollte man den Wald nicht vor lauter Bäumen übersehen. Denn während es dem Individualtourismus (FIT), der derzeit hauptsächlich im Inland stattfindet, gut geht, sind die anderen üblichen Tourismussegmente unserer Stadt bestenfalls rückläufig oder sogar zum Stillstand gekommen. Ob man nun den Geschäftstourismus, den Gruppentourismus oder den internationalen Tourismus betrachtet, das Jahr 2021 bleibt schlecht bis sehr schlecht.

Während kurzfristig mit einer positiven Erholung der nationalen Gruppenreisen und der Rückkehr der hauptsächlich europäischen Besucher zu rechnen ist, besteht die berechnete Befürchtung, dass die Schweizer, wenn das Meer ruft, mit starken Franken in der Tasche in die Mittelmeerländer abwandern werden, sobald die gesundheitlichen Einschränkungen aufgehoben sind.

Diese Befürchtungen kommen zu einer strukturellen Feststellung hinzu: Unser Hotelpark war ein direktes Opfer der Pandemie, und das Erwachen könnte einen hartnäckigen Kater hinterlassen. Der Rückgang der Beherbergungskapazitäten hindert unsere Region daran, den verlorenen Platz auf dem Schachbrett der Konkurrenz, vor allem im Bereich des Geschäftstourismus, wieder einzunehmen.

Somit läuft Freiburg Gefahr im Konkurrenzkampf mit anderen Schweizer Städten das Nachsehen zu haben. Einige Rekorde von 2019, insbesondere die Anzahl Uebernachtungen, werden wohl länger nicht geknackt werden.

Unsere Aufgabe ist es, diesen Konkurrenzkampf zu gewinnen, die Ellenbogen zu gebrauchen und Freiburg zu einem Muss unter den Schweizer Städten zu machen. Wir sind bereit, in geschlossener Front, selbstbewusst und determiniert. Sind Sie gewillt, an unserer Seite zu kämpfen?

L'année 2021 pourrait de prime abord s'apparenter fortement à la précédente. Elle est en effet considérablement marquée par un contexte pandémique et son flot de conséquences concrètes pour l'activité touristique : fermetures, semi-confinement, restrictions de déplacement ou de réunion, morosité ambiante, incertitudes, etc.

Or, l'année 2021 a été touristiquement honorable. Le bilan est plutôt bon, mais dépend beaucoup du secteur touristique que l'on considère.

Si on s'en tient à la dimension excursionniste, la région de Fribourg a connu une très bonne saison, compte tenu de la réouverture tardive des restaurants et lieux de visite. Certains résultats sont même au niveau de 2019, année record pré-pandémique. Dans tous les cas, les fréquentations sont supérieures à 2020, ce qui est somme toute un signal positif en vue d'une reprise.

Néanmoins, l'arbre ne doit pas cacher la forêt. Car si le tourisme individuel (FIT), actuellement essentiellement national, se porte bien, les autres segments touristiques habituels de notre ville sont au mieux en retrait, voir à l'arrêt. Que l'on considère le tourisme d'affaires, le tourisme des groupes ou le tourisme international, l'année 2021 reste mauvaise à très mauvaise.

Si on peut s'attendre à une reprise positive des voyages de groupes nationaux et du retour des visiteurs principalement européens à court terme, on peut légitimement craindre un exode des Suisses vers les pays méditerranéens, francs forts en poche, à l'appel de la mer, une fois les contraintes sanitaires levées.

Ces craintes s'ajoutent à un constat structurel : notre parc hôtelier a été une victime directe de la pandémie, et le réveil risque de laisser une gueule de bois tenace. La diminution de la capacité d'accueil empêche notre région de reprendre la place perdue sur l'échiquier de la concurrence, surtout en termes de tourisme d'affaires.

Ainsi, au jeu des chaises musicales des villes suisses, toutes avides de reprises rapides multi-sectorielles, Fribourg risque de devoir attendre plus longtemps que d'autres sur un retour sérieux de l'activité touristique. Certains records de 2019, notamment le nombre de nuitées, peuvent dormir tranquillement avant de tomber.

Notre mission consiste à gagner ce match, à jouer du coude et faire de Fribourg un incontournable des villes suisses. Nous sommes prêts, en ordre de bataille, confiants et déterminés. Etes-vous prêts à vous battre à nos côtés ?

C. NUITÉES ET MUSÉES

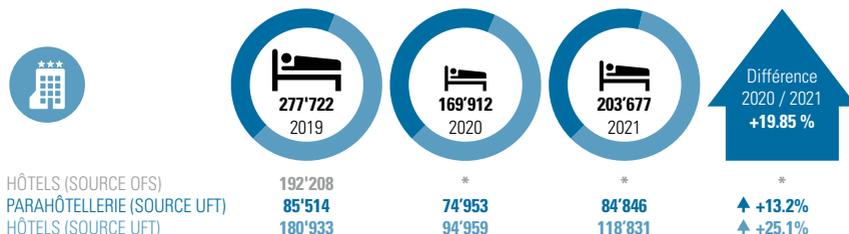


© Gama Home

Bien que les chiffres records de 2019 semblent encore loin, les résultats de l'année 2021 connaissent une belle remontée par rapport à 2020, compte tenu de la situation sanitaire encore bien tourmentée. En effet, le début et la fin d'année furent à nouveau marqués par des restrictions,

décourageant les voyageurs à se déplacer à l'étranger. Si les nuitées hôtelières sont encore en retrait par rapport à une année «classique», les chiffres de la parahôtellerie sont quant à eux quasiment identiques à ceux de 2019.

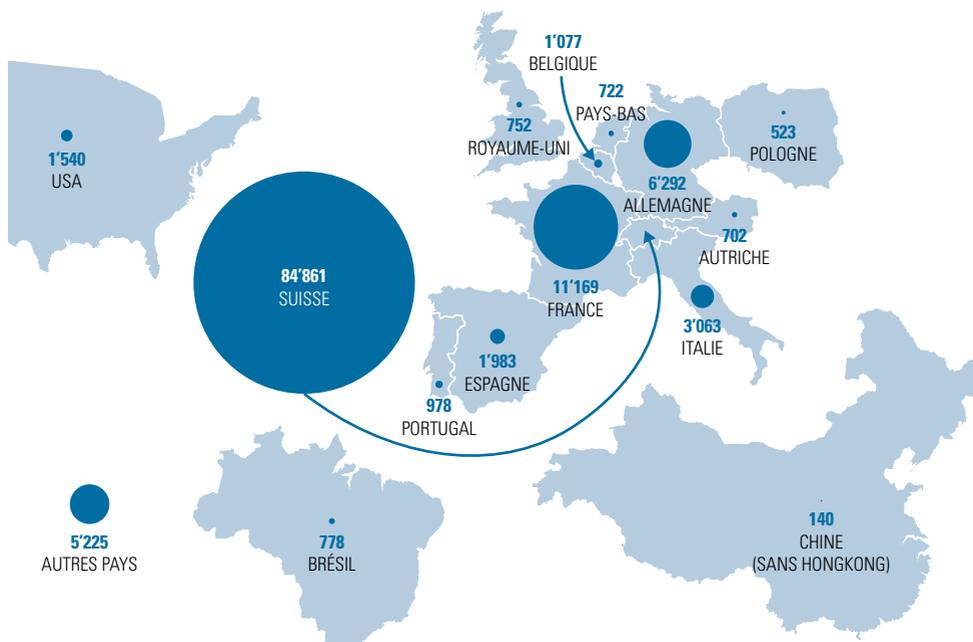
NUITÉES À FRIBOURG ET DANS LES COMMUNES MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION



* Jusqu'en 2019, les données de l'UFT ne contenaient pas les nuitées exemptées de taxe. Dès 2020, le total de l'UFT sera pris en compte pour le calcul du total des nuitées, en lieu et place de celles de l'OFS.

En 2021, les nuitées indigènes représentent 70% du résultat total, soit 84'861 nuitées (+30%). Sans grande surprise, ce sont principalement les hôtes de nos pays voisins qui ont fait leur grand retour avec la France en haut du classement (+30%), suivie de l'Allemagne (+40%) et de l'Italie (+40%). En ce qui concerne les pays émergents, mis à part le Brésil qui intègre le top 10, la Chine, l'Inde et la Russie comptabilisent un peu plus d'une centaine de nuitées chacune, ce qui reste extrêmement faible (env. -90% par rapport à 2019).

NUITÉES HÔTELIÈRES PAR PROVENANCE (SOURCE : OFS)



ENTRÉES ENREGISTRÉES DANS LES MUSÉES DE LA VILLE ET ENVIRONS	2019	2020	2021
Musée d'art et d'histoire	14'954	6'673	9'533
Espace Jean Tinguely-Niki de Saint Phalle	19'916	10'829	14'944
Musée d'histoire naturelle	65'349	24'767	40'906
Musée suisse de la marionnette	3'103	1'324	2'225
Musée suisse de la machine à coudre	*	*	*
Musée suisse de la bière (Cardinal)	980	100	655
Fri-Art	4'000	3'073	2'300
Bible et Orient	1'604	561	683
Chemin fer du Kaeserberg	16'028	8'942	12'192
Gutenberg	18'290	6'201	12'296
Across the screen	4'000	(fermé)	(fermé)
smem (Swiss Museum & Center for Electronic Music Instruments)	3'000	560	1'500
Musée du Vélo de Fribourg	-	153	213
TOTAUX	151'224	63'183	97'447

* Pas de statistiques précises
Le Jardin Botanique a accueilli en 2021 183'566 visiteurs.



© Pierre Cuony

D1. Service accueil et information

D1.1 SITUATION GÉNÉRALE

Les résultats de cette année 2021 furent à nouveau dictés par la situation sanitaire. En effet, nous avons dû jongler avec diverses fermetures puis l'exigence du pass sanitaire a fait reculer la fréquentation de certaines activités. Les résultats sont cependant assez variés en fonction du type d'activité. L'intérêt pour les activités en plein-air est grandissant depuis la pandémie. Nous sommes donc ra-

vis de pouvoir proposer des activités originales, compatibles avec cette tendance tout comme notre visio guide ou notre Apéro Box.

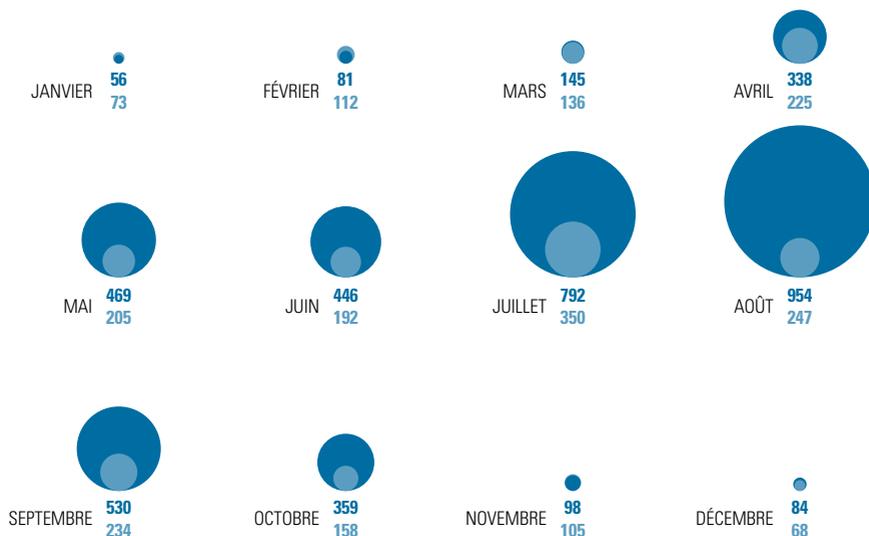
Cette période compliquée ne nous a cependant pas empêché de maintenir notre attractivité en proposant de nouveaux produits, comme notre nouveau City Game lancé fin de cette année et l'ouverture de l'Espace 1606 prévue pour début 2022. Nous avons également proposé de nombreuses visites publiques cette saison et celles-ci ont connu un franc succès.

D1.2 STATISTIQUES DU DÉPARTEMENT

Après un début d'année fortement ralenti par le Covid-19, notre Office du Tourisme a connu une bonne reprise dès le printemps, égalant ainsi les chiffres records de 2019 en juillet, août et septembre. Le retour en force du virus en automne a à nouveau freiné l'activité durant le dernier trimestre. Au total, le résultat annuel présente une augmentation de +34.2% par rapport à 2020. Ce sont pas moins de 9'500 personnes qui se sont présentées à nos guichets et le département Accueil & Information a répondu à plus de 2'000 téléphones.

CONTACTS DU SERVICE ACCUEIL / INFORMATION

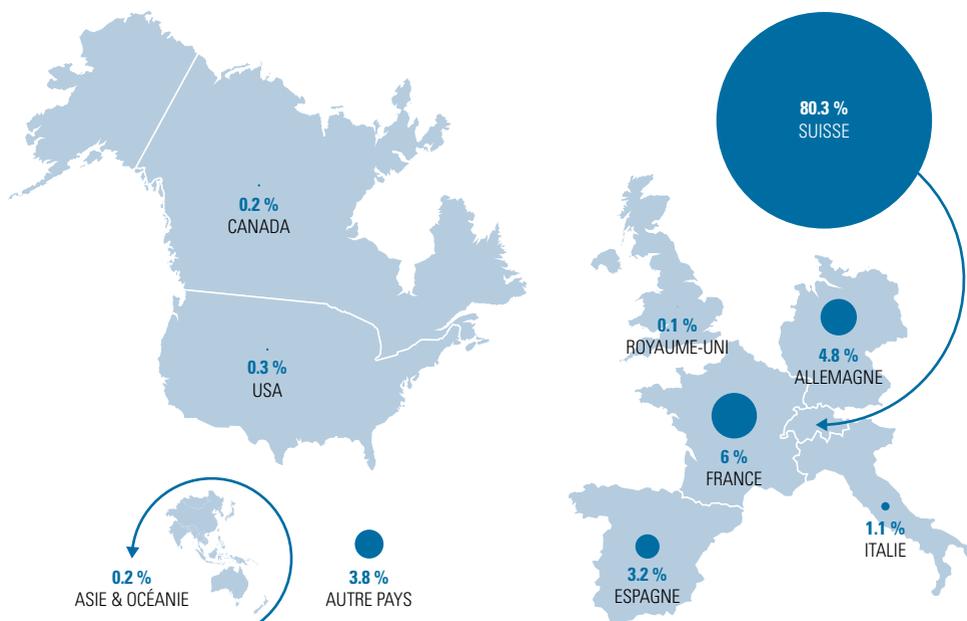
DESK **4532**
TÉLÉPHONE **2105**



NOMBRE DE VISITEURS AU GUICHET
~9'500 VISITEURS

Sans surprise, les restrictions de déplacement imposées par les gouvernements ont fortement impacté la diversité des provenances de nos visiteurs. Nos pays voisins restent peu représentés, ce sont principalement les Suisses (80%) qui ont fréquenté notre Office du Tourisme, pour la deuxième année consécutive. Le canton de Fribourg reste en tête, viennent ensuite les cantons de Zürich (11,7%), Berne (8,6%), Vaud (6.9%) et Genève (5.7%).

PROVENANCE PAR PAYS



D2. Produits de Fribourg Tourisme et Région

D2.1 VISITES GUIDÉES

Das 2021 zeigte sich in Bezug auf die Anzahl Stadtführungen sehr erfreulich. Anfangs Jahr waren die Anfragen auf Grund der Restriktionen noch sehr spärlich, dennoch konnten wir im zweiten Halbjahr beachtlich viele Stadtführungen durchführen.

NOMBRE TOTAL DE VISITES GUIDÉES



NOMBRE TOTAL
DE VISITES GUIDÉES



462
2019

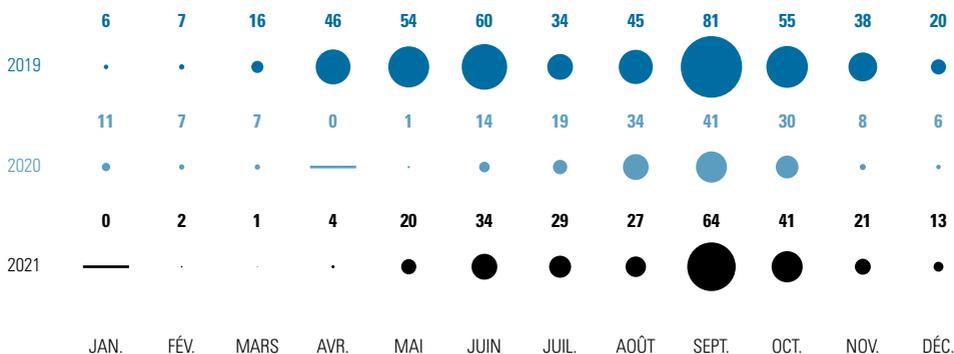


178
2020



256
2021

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR MOIS



NOMBRE DE VISITES GUIDÉES	2019	2020	2021
Visites classiques	210	100	153
Visites légendaires	21	10	13
Visites de la cathédrale	56	15	27
Visites du Pont de la Poya	4	1	2
Visites «Au fil de la Sarine»	6	3	5
Visites «A la claire fontaine»	3	0	2
Visites «Aux portes des églises»	2	2	2
Visites culinaires	6	0	1
Visites «Kids-Tour»	2	0	1
Visites «Saint-Exupéry»	4	1	0
Visites «Tinguely 2016»	0	1	2
Visites des remparts ouest	76	14	25
Visites des remparts est	59	14	12
Balade contée à la nuit tombée	13	16	6
Histoire et Terroir	-	1	5

NOMBRE DE PARTICIPANTS



NOMBRE DE PARTICIPANTS

6'772
2019

2'172
2020

3'140
2021

NOMBRE DE VISITES GUIDÉES PAR LANGUE	2019	2020	2021
Français	210	60	80
Allemand	195	97	114
Bilingue	28	14	53
Anglais	20	6	3
Italien	6	0	1
Espagnol	3	1	5

D2.2 MINIZUG

Nach einem schwierigen Jahr 2020 konnte der Minizug die Gäste in Freiburg wieder für sich gewinnen. Wir durften in der Saison 2021 vor allem viele Kinder auf dem Minizug begrüßen.

NOMBRE DE VOYAGEURS



ADULTES
ENFANTS



11'302
1'651



5'058
953



10'540
2'515

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

La période d'accessibilité à la tour a pu être augmentée cette saison en prolongeant son ouverture d'une heure par jour et en décalant sa fermeture à fin novembre plutôt que fin octobre. Les chiffres sont donc assez réjouissants malgré la situation sanitaire.

NOMBRE DE VISITEURS



ADULTES
ENFANTS



14'869
4'100



8'176
1'647



12'610
3'808

D2.4 STADTGOLF

Cette activité a probablement été celle connaissant la meilleure croissance en 2021. En effet, cette activité en extérieur pour laquelle aucun pass sanitaire n'est nécessaire a enchanté nos visiteurs.

NOMBRE DE JOUEURS



TOTAL SPIELER
TOTAL JOUEURS



3'500
2019



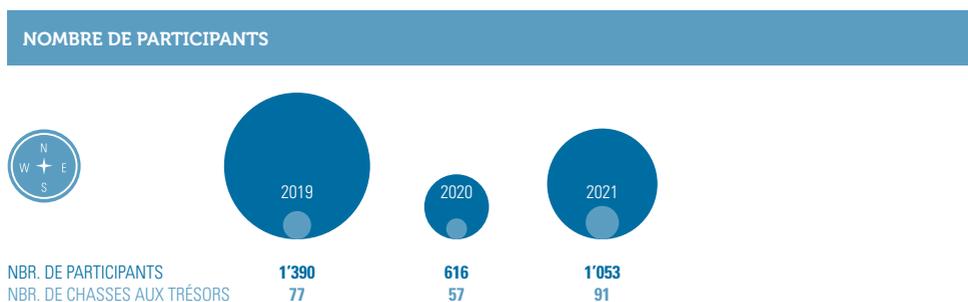
2'300
2020



5'422
2021

D2.5 CHASSE AUX TRÉSORS

Notre chasse aux trésors rencontre toujours un franc succès auprès des groupes (écoles, entreprises, ...). Nous avons presque doublé le nombre de chasses aux trésors.



D2.6 PAUSCHALANGEBOTE

Die Zahl der Buchungen von Übernachtungspauschalen stieg im 2021 annähernd auf den Wert im Jahr 2019.

NOMBRE DE FORFAITS ET NUITÉES	2020		2021	
	FORFAITS	NUITÉES	FORFAITS	NUITÉES
Forfait City Break	10	15	28	43
Rock'n sleep (Fri-Son)	11	11	0	0
Détente au coeur de la ville (Urban Spa)	4	5	3	5
Taste my Fribourg	6	7	8	10
Forfaits pour groupes Dzodzet, Bolze, Zaehringen	2	0	2	0
Bienvenue en terres (in)connues	5	7	4	13
TOTAUX	38	45	45	71

D2.7 TASTE MY FRIBOURG

Auch im dritten Jahr zeigt unsere Food Tour «Taste my Fribourg» wahren Erfolg. Dies trotz partiellen und temporären Schliessungen mehrerer Restaurants.

	2020	2021
Nombre de réservations faites en direct à FTR	37	48
Nombre de réservations faites par la plateforme GetyourGuide	25	7
Nombre total de réservations «Taste My Fribourg»	62	55
Nombre de personnes	250	200

D2.8 APÉRO BOX

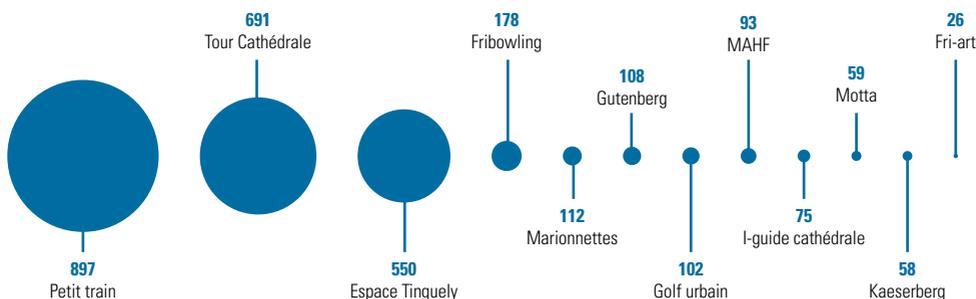
117 personnes en 2021 - Ce concept, lancé en juin 2020, permet aux visiteurs de découvrir des produits du terroir en venant chercher à notre office du tourisme leur Apéro Box et la déguster où bon leur semble.

D2.9 FRIBOURG CITY CARD

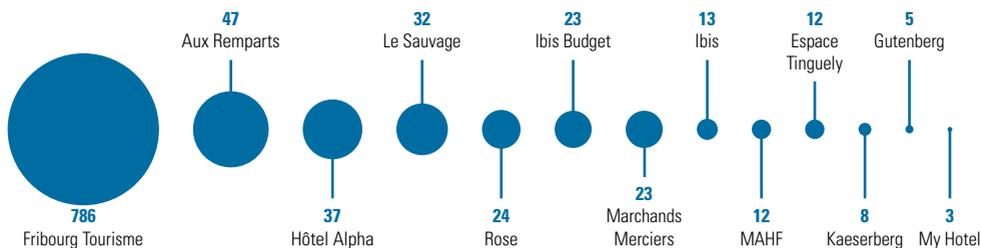
Après une excellente année 2020, en partie grâce à l'importante commande du CO de la Broye, les chiffres sont en baisse en 2021. Toutefois, nous comptabilisons un total réjouissant de 1'215 cartes en circulation. Bien que FTR demeure le point de vente principal, nous constatons une augmentation importante des ventes de City Card dans les hôtels, ce qui prouve aussi la nécessité actuelle d'une telle carte pour nos touristes en visite. La City Card est toujours incluse dans notre Food Tour «Taste My Fribourg» et elle est en vente sur différentes plateformes ainsi qu'auprès de partenaires: Suisse Piste, GetYourGuide, Klook... La gestion du produit étant actuellement chronophage et plus en adéquation avec les possibilités actuelles, des réflexions sont menées pour une digitalisation de la carte en 2022.

TYPE DE CARTE	ADULTES 2019	ENFANTS 2019	ADULTES 2020	ENFANTS 2020	ADULTES 2021	ENFANTS 2021
Carte 1 jour	1'150	374	1'040	809	736	218
Carte 2 jours	173	50	102	13	227	34
TOTAL DE CARTES DIFFUSÉES	1'747		1'964		1'215	

UTILISATION



POINTS DE VENTE



D2.10 FRYBURG 1606

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



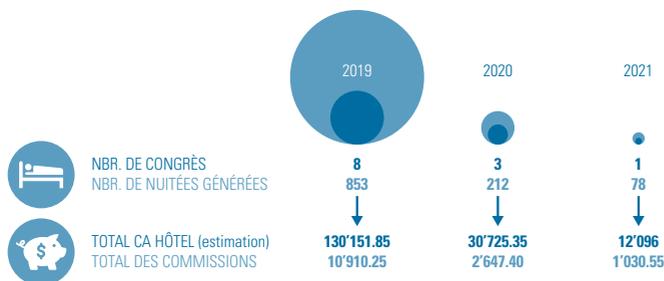
D3. Service des congrès

D3.1 SITUATION GÉNÉRALE

Pour la deuxième année consécutive, le Service des Congrès subit de plein fouet les conséquences du COVID. Les restrictions sanitaires ne favorisant pas les réunions de groupes, les organisateurs préfèrent les visio-conférences aux rencontres en présentiel. Un seul congrès pour lequel FTR se charge de la gestion des contingents sera maintenu en 2021: le Congrès de la Fédération des Directeurs d'Hôpitaux qui s'est tenu à Equilibre du 25 au 26 novembre 2021 et qui a généré 78 nuitées.

D3.2 STATISTIQUES DU SERVICE DES CONGRÈS

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



D4. Marketing

D4.1 STRATÉGIE

Depuis près de cinq ans, nous nous engageons sur trois fronts afin de faire progresser Fribourg comme destination touristique. D'abord, nous travaillons sur le produit touristique : cela répond à ce que l'on peut faire ou voir en venant visiter la région. Les réalisations en ce sens sont développées ci-après. Ensuite, nous travaillons sur l'expérience de l'hôte : Comment le séjour est vécu ? Comment peut-il être de qualité, et plus encore ? Comment le visiteur trouve l'information dont il a besoin ? Enfin, pour que la région rayonne touristiquement, il faut appliquer un marketing efficace, sur les marchés visés, et en tenant compte d'une part des moyens à disposition, et d'autre part des relais actifs dans ce domaine, et des collaborations. Il est là, bien entendu, question de l'UFT et de Suisse Tourisme, sans lesquels notre région n'aurait pas la possibilité de se vendre au-delà de ses propres frontières. En 2021, nous avons continué à œuvrer sur ces trois différents axes, avec un accent particulier sur le développement de produits.

D4.2 LE PRODUIT TOURISTIQUE

Le projet soutenu par la NPR « ADN 1606 », qui vise à repositionner l'attractivité de Fribourg autour de son histoire et de son patrimoine (post)médiéval, a démarré en 2019 et a pris fin en novembre 2021. Durant cette année, nous avons amené les dernières pierres à cet édifice, en terminant la signalétique complète du Circuit des Fortifications, et en créant le jeu urbain « Le Secret de l'Auge ». Avec la Balade contée à la nuit tombée, et le visioguide Fryburg 1606, nous avons ainsi 4 expériences complémentaires qui permettent de vivre, d'une manière chaque fois différente, le patrimoine et l'histoire riche de notre ville. Le Circuit des Fortifications a vu son identité visuelle naître de manière définitive. Elle a été déclinée en plusieurs supports, qui composent le parcours :

- Drapeaux
- Signalétique (vocation d'indiquer qu'on est sur l'itinéraire), Bleue, sticker ou dibond fixé.
- Signalétique des 25 POI (Point of Interest = les 25 étapes du parcours)
- Panneaux didactiques à l'intérieur des éléments bâtis accessibles



En plus des éléments susmentionnés, l'itinéraire est accessible par 3 moyens : on peut s'orienter grâce au plan « papier », disponible sur le parcours directement ou à l'office du tourisme, ainsi que chez certains prestataires (hôtels, relais touristiques). On peut obtenir ce plan en version pdf via le webmobile, en le trouvant via la recherche classique ou en scannant directement le QR Code qui se trouve sur tous les panneaux bleus. Enfin, on peut obtenir le parcours dans une version totalement digitalisée, avec géolocalisation du visiteur, sur notre application Fribourg Tourisme A/R, disponible sur Apple ou Android.

En 2021, nous avons collaboré avec différents acteurs à la création ou plus couramment à la diffusion de leurs offres de visite. Ce fut par exemple le cas avec le théâtre des Osses, qui a mis sur pied une visite des théâtres de la ville sous forme d'audioguide disponible à Fribourg Tourisme. Ce fut encore le cas dans le cadre des 125 ans de l'HEI-FR, qui a lancé le jeu « Urban Memories », jeu que nous hébergeons sur notre application Fribourg Tourisme AR. Ce fut aussi le cas avec Hubert Audriaz et son parcours des Marionnettes, qui partait de notre office, et qui a rencontré un grand succès durant tout l'été.

Nous sommes toujours en train d'améliorer nos offres, et de développer nos produits. En 2021, nous avons soit lancé soit continué ces efforts sur différents projets : celui de la croisière sur le lac de Schiffenen (le bateau a été commandé en automne), ou sur la création de visites en collaboration étroite avec le MAHF et l'Espace Tinguely & Niki de St-Phalle, prêtes depuis la fin de l'année.

Nous avons fait le pari de nous positionner comme un prestataire touristique à part entière, en complément à nos missions d'accueil et d'information touristique, et nous sommes convaincus par le bien-fondé de cette démarche. Preuve en sont les nombreuses offres et activités que nous proposons et gérons. Voyez plutôt la liste des produits de Fribourg Tourisme (*= offres d'autres prestataires gérées et/ou commercialisées par Fribourg Tourisme) :

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

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

Forfaits pour groupes sans nuitées : Dzozdet et Bolze Activités pour individuels ou petits groupes (FIT) : Frÿburg 1606 (visioguide), Le Secret de l'Auge, Taste my Fribourg (food tour), Golf urbain, chasse aux trésors (versions adulte et enfant), Petit train touristique *, montée à la tour de la Cathédrale *.

Divers pour visiteurs de notre ville : Circuit des fortifications*, Fribourg City Card, expo des ponts, apéro box, parcours des crèches, tour en Tuk-Tuk*, canoë* ou en se-gway*, Espace 1606* (début 2022).

En fin d'année, grâce au financement de l'AFCS, nous avons exploité 2 pistes de Eisstock au centre-ville, durant une partie de la période de l'Avent. Ces deux bandes de glaces, enrobées de lumières vives et d'effluves de thé chaud, donnent instantanément naissance à une ambiance hivernale dont rêve toute ville. Gageons que ce soit le début d'un programme amené à grandir, en durée et en qualité, et à se pérenniser.



D4.3 L'EXPÉRIENCE DE L'HÔTE

La situation sanitaire le permettant, nous avons réintroduit le programme d'Anges à touristes durant l'été 2021. Cette action, certes simple sur la forme, amène une plus-value importante sur le fond.



Nous avons rejoint en 2021 le programme de Suisse Tourisme « Swissainable », et acquis la labellisation de niveau 1. Notre objectif est de nous engager pour un tourisme durable, pour et avec nos visiteurs, aussi bien dans l'espace public que dans notre propre structure.

Désireux de soutenir la branche de la gastronomie, particulièrement touchée dans le contexte sanitaire, nous avons mandaté un artiste local pour créer des sets de table à dessiner, que nous avons offerts aux membres qui les désiraient. Il s'agit d'une humble démarche qui vise à améliorer l'expérience des familles en visite dans les restaurants membres. Les sets étaient accompagnés d'une petite boîte de crayons en couleurs, offerte également par notre association.



Ce sont de nombreuses initiatives qui forgent une identité à une destination et qui qualifient au final l'expérience vécue. L'image des gouttes d'eau qui forment un océan prend tout son sens en l'occurrence. Nous apportons notre lot de gouttes, et comptons sur nos partenaires, la population, le monde politique, économique ou culturel pour participer à l'effort, et faire de Fribourg une destination où le séjour se veut être aussi agréable et étonnant que possible.

D4.4 LE MARKETING

D4.4.1 TOURISME DE LOISIRS

La promotion de la destination touristique passe par des campagnes que nous menons via l'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT) et Suisse Tourisme. Plusieurs campagnes se succèdent et se complètent entre mars et septembre.

La campagne principale et internationale de Suisse Tourisme est construite autour de « key visuals ». Elle se déploie sur différents supports, digitaux ou non et différents marchés (national et internationaux).

La campagne « Suisse » est commune à l'ensemble des destinations cantonales, et pilotées par l'UFT. Pour la première fois, elle a été déployée à 100% sur des canaux digitaux. Elle s'est déclinée sous le slogan « pour de vrai », comprenait divers canaux (vidéos, bannières, influenceurs, etc.) amenant vers une landingpage présentant l'offre cantonale.



Un peu plus tôt dans l'année, une importante campagne de relance a été mise en place sous l'impulsion de l'association des hôteliers. Elle a impliqué toute la chaîne des prestataires, et a été financée en grande partie par des fonds de relance au tourisme accordés par le Conseil d'Etat, ainsi que par les prestataires impliqués, sous forme de contre-prestations. Un grand concours a été lancé et diffusé, avec comme message de gagner un séjour complet en terre fribourgeoise (nuitées, bon gastro, remontées mécaniques, transports publics, activités, etc.). Cette campagne a reçu un gros écho médiatique et populaire, et peut être considérée comme un succès.

Les campagnes traditionnellement menées au travers de l'UFT ont alterné actions digitales et non-digitales, sur les marchés français, allemand et espagnol.

Pour la première fois, une campagne a été menée en collaboration directe avec Terroir Fribourg. Sur le thème des saveurs, elle s'est déclinée à 100% par voies digitales, dans la continuité des messages de la campagne suisse de l'éché.

La campagne ville de Suisse Tourisme a été axée sur une « speed video », diffusée sur de nombreux supports digitaux. C'est au travers de cette campagne que se matérialise le positionnement de Fribourg voulu par le projet NPR 1606, soit ancrer l'attractivité de la ville autour de son identité patrimoniale et historique.

Propres promotions

En réponse aux baisses de produits en lien avec la pandémie, notre association a dû limiter les dépenses, en commençant par ses budgets de communication. Ainsi, alors même que nous avons en main un grand nombre d'offres nouvelles et attractives, nous avons dû limiter les actions publicitaires et promotionnelles. Nous avons pu compter sur une collaboration d'importance pour une visibilité nationale au travers du coupon de bons lancé par Coop en avril 2021. Le golf urbain faisait partie des prestations proposées pour les fidèles clients suisses de cette chaîne. Afin de faire connaître le visio-guide Frÿburg 1606 au plus grand nombre, nous avons profité d'une opportunité en habillant un bus TPF du sticker de l'activité.

Nous avons enfin complété nos actions promotionnelles par la digitalisation de notre marketing de produits. Au travers de posts sponsorisés notamment, ou dans la collaboration avec la plateforme loisirs.ch. Nous avons enfin posé les premiers jalons d'un marketing automation, sur la base des fichiers d'adresses récupérés sur le stand des Chemins de Fer du Kaeserberg, au Musée des Transports, où nous sommes toujours présents.

Nous aurions dû participer en septembre au STM, qui regroupe des prospects touristiques du monde entier, mais celui-ci a évidemment été annulé dans une version pré-sentielle, et remplacé par une version en ligne.

Si les campagnes précitées sont toujours plus axées sur des supports digitaux, nos propres promotions prennent une direction similaire. En effet, en plus d'une limitation des coûts, les cibles sont plus facilement définissables, et atteignables, et l'acte d'achat d'une activité beaucoup plus direct. Dans cet ordre d'idée, nous travaillons sur une stratégie digitale globale qui inclut aussi bien la gestion de réseaux sociaux, l'optimisation du référencement, ou encore du marketing automation. Cela implique de la formation continue, de l'attribution de ressources et du travail de terrain.



Enfin, la finalisation du projet ADN1606 nous a amené à définir l'identité visuelle des différents produits que nous proposons sous ce thème. Avec l'ouverture de l'Espace 1606, qui figure graphiquement dans la même ligne, ce sont 5 programmes qui vont à l'avenir définir la plus grande expérience médiévale de Suisse, un positionnement qui doit faire rayonner Fribourg sur le territoire suisse et même au-delà.

D4.4.2 TOURISME D'AFFAIRES

La promotion du tourisme d'affaires est déléguée depuis plusieurs années à l'association Fribourg Meeting, dont Fribourg Tourisme est membre. La promotion se fait essentiellement de manière digitale, respectivement au travers d'un site aux contenus travaillés pour attirer les recherches en lien avec le MICE sur les moteurs de recherches. La force de vente, présente sur le marché allemand, a cessé son activité au sein de Fribourg Meeting en 2021. Dès lors, seule la voie digitale semble être d'actualité pour la promotion de ce segment, ce qui semble être justifiable si on admet la difficulté de celui-ci à connaître de ses cendres à Fribourg.

D4.4.3 MÉDIAS

Le service médias est géré principalement par l'UFT en étroite collaboration avec Suisse Tourisme et les organisations touristiques régionales. Les marchés concernés pour la ville de Fribourg restent les mêmes que nous avons l'habitude de travailler, à savoir la Suisse, la France et l'Allemagne.

Fribourg Tourisme et Région a organisé en 2021 l'accueil des médias et bloggeurs suivants :

02.-04.05	travelnews.ch, Gregor Waser
26.-30.05	Erleben durch Reisen GBR, Hamberger
04.06.-06.06	Display Magazin Schweiz
28.06.-02.07	Reisewelt Alpen (Deutschland), Katharina Baus
16.07	Hellolaroux (bloggeuse)
02.-04.08	Magazin «Wir Eltern»
03.08.-04.08	Guide Michelin
05.08.-10.08	TV5 Monde
13.08.-15.08	Larissa Topalo, Influencer
17.08.-19.08	LandLiebe, Ingrid Schindler
20.08.-21.08	Cemi Er koc, Blogueur

20.08.-21.08	Magazin Gour-med. (Deutschland), Herr Lenser
25.08.-26.08	Automne et saveurs, journalistes suisses
25.08.-29.08	Reisehappen Deutschland, Bloggerin
30.08.-02.09	GEO France, bloggeuse Floriane Leost
04.09.-05.09	Hirschi Eva (Schweiz)
01.09.-05.09	Prestiges's International France
11.09	Viviododeviaje, bloggeurs
13.09.-14.09	Morgane Schaller et Valentine Thurnherr, bloggeuses
23.09.-24.09	Lola Bernabé López de Cózar, bloggeuse espagnole
29.09.-01.10	Johannes Wagner (Medienreise Deutschland)
13.12.-17.12	Guide du Routard

4.4.4 WEB ET SUPPORTS NUMÉRIQUES

L'année 2021 fut consacrée à la réalisation du projet cantonal de site réunifié. Une seule plateforme regroupe dorénavant l'ensemble des destinations fribourgeoises et l'UFT. Néanmoins, chacun reste maître de ses contenus et les URL originels sont conservés (fribourgtourisme.ch dans notre cas). Cette réorganisation doit considérablement renforcer le référencement, essentiellement sur le moteur de recherche de Google. Cela revêt une grande importance, preuves en sont les statistiques ci-dessous : près de 80% des quelques 500'000 sessions proviennent de recherches sur Google. Avoir un site web en 2021 n'est plus le même contexte qu'en 2011. Aujourd'hui, un site internet entre dans une logique de supports digitaux, interconnectés, qui forment un tout. Les outils promotionnels ramènent le trafic, et doivent permettre un achat immédiat des prestations proposées. Nous sommes en train de consolider cette manière de fonctionner au sein de notre association. La gestion des réseaux sociaux, les plateformes de ventes, l'APP Fribourg Tourisme a/r, les newsletters : tous ces outils digitaux deviennent notre quotidien. Les résultats, en tout cas, attestent que nous sommes sur la bonne voie : tant au niveau des téléchargements d'applications que des sessions sur notre site.

AUDIENCE - NOMBRE DE SESSIONS ANNUELLES



NBR. DE SESSIONS
ANNUELLES



265'363
2019



256'003
2020



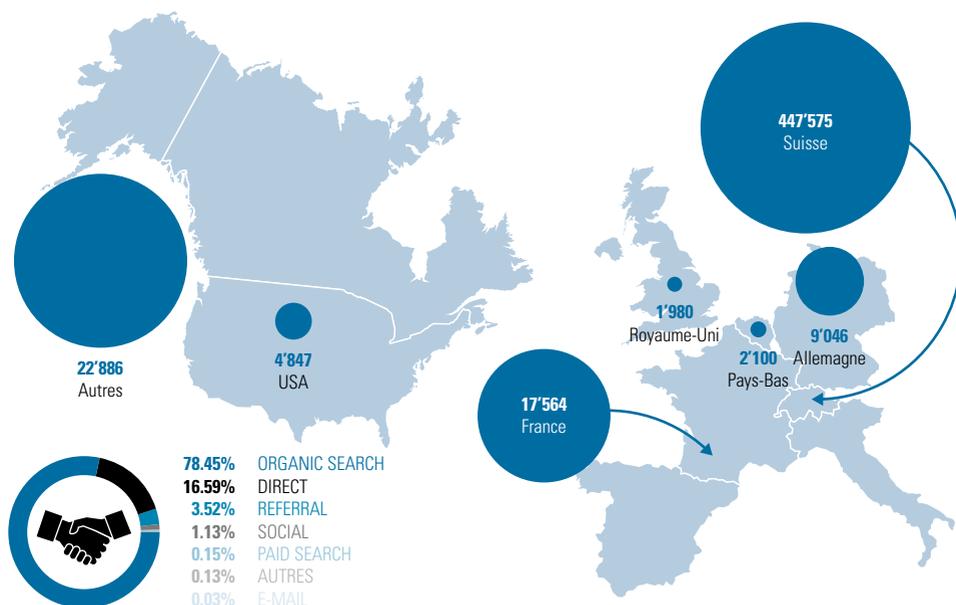
505'998
2021

AUDIENCE - COMPORTEMENT ET ENGAGEMENT	2019	2020	2021
Nombre de visiteurs	185'957	183'321	373'683
Nombre de nouveaux visiteurs	183'803	178'566	363'489
Durée moyenne d'une visite	1min18	1min49	1min40
Nombre moyen de pages vues par session	2.39	2.30	2.10
Taux de rebond (%)	65.69	68.11	69.38

Nous proposons au téléchargement sur App Store et Google Play, une application appelée «Fribourg Tourisme AR». Celle-ci a plusieurs fonctions : découvrir les contenus en réalité augmentée (r/a) dans notre city guide, voir les vidéos de l'exposition à ciel ouvert sur le pont de Zaehringen, découvrir des contenus supplémentaires sur le parcours du Golf urbain, obtenir, en achat intégré, le visioguide Frÿburg 1606 et parcourir le plan du Circuit des fortifications (**nouveau!**)

APP FRIBOURG TOURISME AR (téléchargements)	2020	2021
Apple Store	622	1'780
Google Play	450	1'129
TOTAL	1'072	2'909

AUDIENCE - PROVENANCES (SESSIONS)



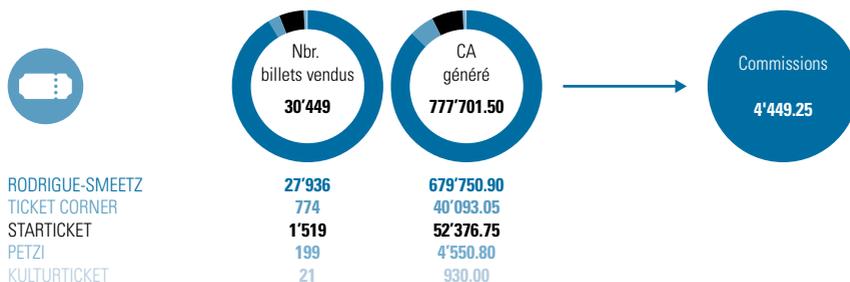
SOCIAL MEDIAS - FANS, ABONNÉS, FOLLOWERS	2019	2020	2021
Facebook	3'780	5'058	5'800
Instagram	2'481	3'738	4'460
Twitter	2'046	2'108	2'202
LinkedIn	686	1'505	1'816

Durant l'année 2021, 149 posts Facebook et 102 posts Instagram ont été créés. A cela s'ajoutent les nombreuses Stories et partages permettant d'être présent sur les réseaux sociaux de manière très régulière, selon une ligne définie. Sur LinkedIn, la communauté a pu se tenir informée des nouveautés et avoir un aperçu de la vie au sein de l'entreprise. Ce réseau est un excellent outil de communication auprès de nos partenaires ou institutions locales.

D5. Service de billetterie

La culture ayant été durement touchée par la crise, les statistiques du département ont passablement diminué, avec **7'290** contacts (4'970 téléphones / 2'320 personnes au guichet) contre **8'925** en 2020.

D5.1 RÉSULTATS



LES VENTES DE BILLETS ET LES RÉSERVATIONS POUR LES ORGANISATEURS SUIVANTS

Théâtre de la Cité	Acro Dance : Vole
Theater in Freiburg	La Landwehr : Gala
Société de Concerts	Ensemble vocal Utopie : Ein deutsches Requiem
Nouvel Opéra Fribourg	Théâtre de Pérolles : Vacarme
Le Bilboquet	Théâtre du Gibloux : Joyeux Anniversaire
Open Air Cinéma	Mon Pays : Les Vitraux de la St-Nicolas
Théâtre des Marionnettes	Jeunesse Pont-la-Ville : Le Noël villageois
Théâtre Crapouille	Ensemble Orlando : Passion selon St-Jean
Kellerpoche	Chœur symphonique : Requiem de Mozart
Le Strap'	Les Concert de l'Avent de Villars-sur-Glâne
L'Arbanel	Fête de la Danse
Cartes High Five	Passeport Vacances
Festival d'Orgue	Activités de la Ville de Fribourg
AOCISM : Magnificat et Noël fribourgeois	

D5.2 MANIFESTATIONS IMPORTANTES 2021

Dates	Manifestations	Collaboration FTR
Du 13 mars au 18 avril 2021	Exposition de poussins	
Du 3 au 19 avril 2021	Luna Park au quartier du Jura	
Le 2 mai 2021	Tour de Romandie	

Du 14 au 17 mai 2021	Fête de la Danse	■
De juin à septembre	les samedis Eco-Festival Green Wave	
Le 21 juin 2021	Fête de la Musique	
Le 27 juin 2021	BerGiBike	
Du 24 juin au 3 juillet 2021	37e Belluard Bollwerk International	
Du 3 au 11 juillet 2021	Festival International des Musiques Sacrées	■
Du 1er au 26 août 2021	Orgues Estivales	
Du 6 juillet au 2 août 2021	Passeport Vacances	■
Du 12 au 17 juillet 2021	Les Georges	■
Du 16 au 25 juillet 2021	Festival International de Films de Fribourg	
Du 25 juillet au 24 août 2021	Open Air Cinema	■
Du 26 juillet au 25 août 2021	Activités Ville de Fribourg	■
Du 16 au 21 août 2021	Rencontres de Folklore Internationales	■
Du 28 août au 10 octobre 2021	Parcours d'Hubert Audriaz	■
Le 4 septembre 2021	Juvenalia	
Du 4 au 27 septembre 2021	Luna Park de la Bénichon	
Du 12 au 13 septembre 2021	Journées européennes du patrimoine	
Le 19 septembre 2021	Marché Bio	
Du 22 au 26 septembre 2021	Festival International d'Orgues de Fribourg	■
Le 3 octobre 2021	Course commémorative de Morat-Fribourg	
Du 9 au 16 octobre 2021	Friscènes	■
Du 16 au 17 octobre 2021	Retro-Technica Suisse et Oldtimer & Teilemarkt	
Du 5 au 7 novembre 2021	Bédémania	
Du 20 au 21 novembre 2021	Festivins	
Du 24 au 28 novembre 2021	Cirque Knie	■
Du 28 novembre au 19 décembre 2021	Concerts de l'Avent de Villars-sur-Glâne	■
Du 4 au 5 décembre 2021	Fête de la St-Nicolas (uniquement au collège St-Michel)	■
Du 10 au 23 décembre	Festival de soupes	

BILAN AU 31 DECEMBRE	2021	2020
	CHF	CHF
A C T I F		
Actif circulant		
Trésorerie	907 234,40	490 239,75
Créances résultant de ventes et de prestations	170 758,15	129 052,35
<i>envers des tiers</i>	167 194,65	127 062,00
<i>envers des tiers billetterie</i>	3 563,50	1 990,35
Autres créances à court terme	900,40	0,00
<i>C/c organisateurs saison en cours</i>	900,40	0,00
Actifs de régularisation	9 219,15	21 360,65
Total de l'Actif circulant	1 088 112,10	640 652,75
Actif immobilisé		
Immobilisations corporelles	3 800,00	11 000,00
<i>meublier</i>	3 800,00	10 200,00
<i>matériel</i>	0,00	800,00
Total de l'Actif immobilisé	3 800,00	11 000,00
TOTAL DE L'ACTIF	1 091 912,10	651 652,75

BILAN AU 31 DECEMBRE	2021	2020
	CHF	CHF
P A S S I F		
Capitaux étrangers à court terme		
Dettes résultant d'achat de biens et de prestations de service	15 798,55	499 141,30
<i>envers des tiers</i>	15 798,55	19 754,20
<i>envers des tiers pour la billetterie</i>	0,00	479 387,10
Bons et Avoirs	270 046,85	0,00
<i>FTR et Nuithonie</i>	182 262,90	0,00
<i>Avoirs "Covid"</i>	86 999,55	0,00
<i>Kariyon</i>	784,40	0,00
Autres dettes à court terme	407 203,95	0,00
<i>C/c organisateurs saison en cours</i>	407 203,95	0,00
Provisions diverses (2.21)	268 000,00	0,00
Passifs de régularisation	11 091,45	33 850,00
Total des capitaux étrangers à court terme	972 140,80	532 991,30
Capitaux étrangers à long terme		
Prêt de l'Etat "Covid-19"	100 000,00	0,00
Total des capitaux étrangers à long terme	100 000,00	0,00
Capitaux propres		
Capital social	15 661,45	15 081,55
Résultat de l'exercice	4 109,85	579,90
Total des capitaux propres	19 771,30	15 661,45



 FRIBOURG TOURISME
 ET REGION
 PL. Jean-Jinguly 1
 Case postale 1120
 CH-1701 FRIBOURG

Compte de résultat - Fribourg Tourisme et Région

Produits	Comptes 2021	Comptes 2020
Contributions publiques / subventions (2.22)	766 339,00	672 007,00
Cotisations (2.23)	50 184,70	58 282,00
Taxes de séjours et émoluments	345 041,00	283 769,30
Résultat des activités de Fribourg Tourisme (2.24)	142 175,75	105 087,30
Ventes de publications	7 020,70	4 718,60
Autres produits	29 377,25	25 375,60
TVA sur le CA	-13 314,10	-10 694,60
Total des produits	1 326 824,30	1 138 545,20

Charges	Comptes 2021	Comptes 2020
Publicité et promotion (2.25)	192 473,45	300 053,85
Charges de personnel	716 861,30	678 925,75
Frais de formation de personnel	4 082,00	6 855,00
Autres charges d'exploitation	236 056,90	261 117,15
<i>Charges locatives</i>	<i>111 036,00</i>	<i>111 589,80</i>
<i>Nettoyage, entretien et réparations</i>	<i>3 618,75</i>	<i>301,55</i>
<i>Assurances</i>	<i>2 757,90</i>	<i>2 767,00</i>
<i>Matériel de bureau et frais administratifs</i>	<i>51 369,55</i>	<i>32 631,75</i>
<i>Frais de téléphone, poste et Internet</i>	<i>26 531,30</i>	<i>30 322,45</i>
<i>Honoraires fiduciaire et juridique</i>	<i>4 461,35</i>	<i>5 589,65</i>
<i>Location de machine et appareil</i>	<i>5 088,85</i>	<i>6 378,05</i>
<i>Informatique</i>	<i>27 444,75</i>	<i>66 477,85</i>
<i>Frais de représentation et déplacements</i>	<i>3 533,05</i>	<i>5 032,10</i>
<i>Charges diverses</i>	<i>215,40</i>	<i>26,95</i>
<i>Amortissements</i>	<i>7 200,00</i>	<i>8 600,00</i>
Total des charges	1 156 673,65	1 255 551,75
Résultat d'exploitation avant intérêts	170 150,65	-117 006,55
Produits financiers		
Charges financières	-1 040,80	-413,55
Dissolution de la provision "informatique"		62 000,00
Dissolution de la provision "manifestations"		10 000,00
Dissolution de la provision "promotions"		81 000,00
Dissolution de la provision "point info Bourg"		30 000,00
Prélèvement sur la provision "fonds de prest. hôtes"		31 000,00
Attribution à la provision "fonds de prest. hôtes"	-45 000,00	
Attribution à la provision "fonds de réserve"	-120 000,00	-96 000,00
Résultat de l'exercice	4 109,85	579,90

E. COMPTES 2021 - RÉVISION

Fribourg Tourisme et Région, Fribourg

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2021

1. Principes d'évaluation appliqués dans les comptes annuels

Les présents comptes annuels ont été établis conformément aux dispositions sur la comptabilité commerciale ressortant du Code des Obligations (art. 957 à 962). Les principaux postes des états financiers ont été portés au bilan conformément aux informations ci-après:

1.1 Créances résultant de la vente de biens et de prestations de services

Les créances résultant de la vente de biens et de prestations de services et les autres créances à court terme sont comptabilisées à leur valeur nominale, sous déduction de corrections de valeur individuelles économiquement nécessaires.

1.2 Actif immobilisé

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût d'acquisition ou leur coût de revient, déduction faite des amortissements économiques nécessaires.

L'amortissement des immobilisations corporelles est calculé sur la base des durées utiles et méthodes d'amortissement suivantes :

2. Informations, structure détaillée et commentaires sur les comptes annuels

2.1 Déclaration sur la moyenne annuelle des emplois à plein temps

Le comité confirme que les valeurs mentionnées à l'article 69b CC ne sont pas atteinte pour un contrôle ordinaire.

2.2 Commentaires concernant certains postes du bilan et du compte de résultat

2.21 Provisions diverses

	En CHF, au 31.12	2021	Variation de l'exercice	2020
Fonds de prestations pour les hôtes		46 000,00	45 000,00	1 000,00
Fonds de réserve		222 000,00	120 000,00	102 000,00
Total des provisions diverses		268 000,00	165 000,00	103 000,00

2.22 Contributions publiques / subventions

	En CHF	Comptes 2021	Comptes 2020
Agglomération de Fribourg		590 000	590 000
Commune d'Hauterive		5 188	5 058
Commune de Grolley		6 249	5 916
Commune de Pierrafortscha		795	805
Commune de Treyvaux		2 928	2 962
Commune de Ferpicloz		268	266
Union Fribourgeoise du tourisme		12 000	12 000
Soutien financier ADN 1606		70 000	55 000
PromFR / NPR	20 000		30 000
Ville de Fribourg	50 000		15 000
AGGLO FR	0		10 000
Soutien projet "Schiffenen" ville FR		20 000	0
Cas de régnear		58 911	0
Total des subventions		766 339	672 007

2.23 Cotisations

	En CHF	Comptes 2021	Comptes 2020
Hôtels		8 753,20	12 752,00
Restaurants		15 435,00	18 300,00
Entreprises		20 995,00	22 430,00
Membres individuels, organisateurs et b&b		5 001,50	4 800,00
Total des cotisations		50 184,70	58 282,00

FRIBOURG TOURISME
ET REGION
M. Jean-Jingüely 1
Case postale 1120
CH-1701 FRIBOURG

2.24 Résultat des activités de Fribourg Tourisme et régions

Activités	Comptes 2021			Comptes 2020		
	Produit	Charge	Résultat	Produit	Charge	Résultat
<i>En CHF</i>						
Tour de ville	50 838,95	37 833,65	13 005,30	44 124,50	37 002,90	7 121,60
Cathédrale	57 907,80	38 864,85	19 042,95	35 273,70	26 213,40	9 060,30
Liquide	6 591,85	47,90	6 543,95	2 773,35	0,00	2 773,35
City card	24 822,90	15 390,95	9 431,95	18 164,00	18 443,00	-279,00
Golf urbain	22 501,95	3 377,15	19 124,80	11 037,15	1 838,15	9 199,00
Forfaits	30 499,00	22 453,60	8 045,40	22 724,65	18 046,20	4 678,45
Taste my Fribourg	15 111,80	12 681,25	2 430,55	11 171,50	10 776,00	395,50
City games						
<i>Secret de l'Auge</i>	90,00	516,55	-426,55	0,00	0,00	0,00
<i>Chasse aux trésors</i>	5 117,00	4 411,30	705,70	3 117,00	1 925,00	1 192,00
Espace 1606	691,60	623,85	0,00	0,00	0,00	0,00
Apérobox	1 926,00	1 755,50	170,50	0,00	0,00	0,00
Autres activités FTR	2 847,00	0,00	2 847,00	0,00	0,00	0,00
Commissions						
Congrès	1 030,55		1 030,55	2 225,05		2 225,05
Billetterie	2 127,25		2 127,25	19 475,40		19 475,40
Fondation Equilibre-Nuithonie	43 078,90		43 078,90	43 075,60		43 075,60
Petit train	13 148,20		13 148,20	5 954,20		5 954,20
Commission booking	190,70	0,00	190,70	183,25	0,00	183,25
Diverses ventes	4 104,05	2 493,20	1 610,85	5 085,00	5 052,40	32,60
Résultat des activités	282 625,50	140 449,75	142 175,75	224 384,35	119 297,05	105 087,30

2.25 Publicité et promotion

En CHF	Comptes 2021	Comptes 2020
	Achat de publications	7 738,70
Cotisations	3 339,10	3 206,10
Promotions loisirs	127 707,30	143 615,40
Projet ADN1606	60 346,35	136 409,60
Sentiers pédestres	0,00	1 290,35
Participation au fonds de marketing cant. coordonné	-6 658,00	11 659
Total publicité & promotion	192 473,45	300 053,85

2.26 RHT

La rubrique charges de personnel comprend les RHT encaissées pour l'exercice comptable :

En 2020 : CHF 87'842.75 de RHT, pour CHF 678'925.75 de charges de personnel net

En 2021 : CHF 70'668.20 de RHT, pour CHF 716'861.30 de charges de personnel net

Fribourg, le 18.03.2022

Fribourg Tourisme et Région



FR Rue de Beaumont 20 CH-1701 Fribourg
GE Rue du Général-Dufour 22 CH-1204 Genève
ZH Schützeneggasse 4 CH-8051 Zurich
tél.: +41 26 425 44 99 tél.: +41 22 719 01 03 tél.: +41 44 520 91 21

www.fiduservice.ch

FIDUSERVICE SA

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

Fribourg, le 29 mars 2022

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint

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

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des audits, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des audits et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels avec un total des capitaux propres de CHF 19'771.30 ainsi que la proposition concernant l'emploi du résultat ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

Fiduservice SA

Pascal Bruegger
(Réviseur responsable)
(Expert-réviseur agréé)
(ASR no: 105620)


Ethan Zaami
(Expert-réviseur agréé)
(ASR no. 113477)

Annexes :

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

F. ORGANES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

Comité	Membres
Présidente	Madeleine Genoud-Page*
Vice-Président	Markus Baumer*
AGGLO	Bernard Clerc Christophe Pierret Félicien Frossard
Banques et services	Laurent Wicky
Détaillants	Sven Dietrich
Gastro Fribourg	Baptiste Esseiva
Hôteliers	François Baumann
Milieux culturels	Nicolas Zapf*
Economie	David Krienbühl
Université	Monique Bersier*
Ville de Fribourg	Laurent Dietrich
Direction	Cédric Clément*

* Membres du Bureau de Direction

G. PERSONNEL DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

G1. COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION (ÉTAT 01.03.2022)

Prénom / Nom	Fonction
Cédric Clément	Directeur
Eva Winters	Web & marketing
Elise Quagliariello (-Morard)	Service des congrès & marketing
Emilie Dafflon	Service accueil et information
Emilie Rossier	Service accueil et information
Sandra Sturny	Service accueil et information
Laura Etter	Service accueil et information
Marlyse Rauber	Service accueil et information
Andrea Roschi	Service accueil et information
Amélie Vonlanthen	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Ariane Schmutz	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Carine Monney	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Line Tena	Service des spectacles, calendrier des manifestations
Benoît Vallélian	Comptabilité
Amélie Herren	Apprentie 1 ^{ère} année
Aude Jutzet	Apprentie 1 ^{ère} année
Julie Fontaine	Auxiliaire
Anya Niklaus	Auxiliaire
Arnaud Rolle	Auxiliaire
Valérie Afangbedji	Auxiliaire

G2. GUIDES OFFICIEL(LE)S

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

Lambert Jaccard	D - F - I
Maria Janke	D - P
Dominique Lévy	F - A
Marco Mouthon	F - D
Maria Muniz	E - I - F
Jean-Paul Renevey	F
Edith Neuhaus	D
Jacques Peiry	F-D-E
Martine Schütz	F
Catherine Schweizer	F - I
Caroline Souverain Cochard	F - A
Beat Wandeler	D
Othmar Zumsteg	D

F = français, D = allemand, A = anglais, I = italien, E = espagnol, P = polonais

G3. CONTEUSES ET CONTEURS (VISITE LÉGENDAIRE ET BALADE CONTÉE À LA NUIT TOMBÉE)

Odile Hayoz	F
Bernadette Déjardin	F
Christophe Aebi	D - F
Susanne Trachsel	D

Olivier Fasel	F
Rita Riedo	D
Marielle Jonin	F

F = français, D = allemand

H. MEMBRES DE FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

ETAT AU 31.12.2021

COMMUNES

Avry, Belfaux, Corminboeuf, Düdingen, Ferpicloz, Fribourg, Givisiez, Granges-Paccot, Grolley, Hauterive, Marly, Matran, Pierrafortscha, Treyvaux, Villars-sur-Glâne.

HÔTELS

FRIBOURG : Au Parc, Au Sauvage, de la Rose, Aux Remparts, Alpha, du Faucon, Hine Adon; AVRY-DEVANT-PONT : Restoroute Motel de la Gruyère ; GUIN : des Alpes ; GIVISIEZ : My Hôtel Givisiez ; GRANGES-PACCOT: Aux 4 Vents, Ibis Fribourg, Ibis Budget ; MARLY : Hôtel Acacia, du Grand-Pré ; MATRAN : du Tilleul ; PONT-LA-VILLE : Golf la Gruyère ; POSIEUX : La Croix-Blanche ; TAFERS: Taverna ; VILLARS-SUR-GLÂNE : Auberge du Guintzet, Notre-Dame de la Route.

MUSÉES

BCU, Bible et Orient, Espace Jean Tinguely & Niki de Saint Phalle, Espace 1606, Fri-Art, Jardin botanique de l'Université, Les chemins de fer du Kaeserberg, Musée Cardinal, Musée d'Art et d'Histoire, Musée de la marionnette, Musée d'histoire naturelle Fribourg, Musée Gutenberg, Musée singinois, Musée Suisse de la Machine à Coudre, smem - Swiss Museum & Center for Electronic Music Instruments.

RESTAURANTS, BARS

Arte Panis SA Le Capri, Auberge aux 4 Vents, Auberge du Tilleul, Banshees'Lodge Sàrl, Boulangerie Saudan, Brasserie du Commerce, Brasserie l'Épée, Brasserie le Boulevard 39, Buvette des Bains de la Motta, Buvette du Mont Gibloux, Café de la Fonderie Ben & Leo, Café de la Presse, Café du Funiculaire, Café des Arcades, Café du Marché, Café du Paon, Café le Belvédère, Café le Gothard, Café Le Port de Fribourg., Café le Tunnel, Café-Restaurant de l'Ange, Café-Restaurant La Pinte, Café-Restaurant le Midi, Café-Restaurant Les Trentenaires, Café-théâtre de la Marionnette, Casino Barrière Le Dzodzet, Crapule Club, Crêperie Sucré-Salé, Fribowling, Gastro Bar Le Cin-

tra, Holy Cow, Intrigo Pagadona SA, Le Bletz Bar, Kumo Asian Lab, L'Unique Tartare, Mahalo Coffee Shop, La Cène, Landgasthof Garmiswil, Lapart, Le Belvédère, Le Bûcher Espace créations, Le Chantilly, Le Mouton Noir, Le Péroilles, Le Petit Péroilles, Le Point Commun, Pause-Café SA Xpresso Café, Pinte des Trois Canards, Poke&Co , Punkt-Grenette, Restaurant Alphabet, Restaurant Au Sauvage, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Restaurant de la Clef, Restaurant des Alpes, Restaurant des Trois-Tours, Restaurant du Cygne, Restaurant l'Aigle Noir, Restaurant La Chope, Restaurant la Terrasse, Restaurant la Tomate, Restaurant Le Centre, Restaurant le Jura, Restaurant Le Jardin, Restaurant Le Set, Restaurant Luigia, Restaurant Marcello, Restaurant Motus, Restaurant Pizzeria Capriciosa, Restaurant Pizzeria Spaghetti Pomodoro. Restaurant Schweizerhalle, Restaurant Taverna, Restaurant Vapiano, Restaurant-Brasserie La Croix-Blanche, Restoroute Motel de la Gruyère, Ristorante Bindella, Sport Café, Tea-Room Domino, TM Café SA & Talkwine.

ORGANISATEURS

AOCSM Amis de l'Orgue du Collège St-Michel, Belluard Bollwerk International, Carrousel, Festival International de Musiques Sacrées, Fribug, Groupe E Celsius BerGi-Bike, Les Concerts de la Semaine sainte, Les Concerts de l'Avent, Nouvel Opéra - NOF, Orchestre de Chambre Fribourgeois, Salon du Mieux-Vivre.

MEMBRES INDIVIDUELS

Carine Beaud, Catherine Agustoni, Eduardo Albuquerque, Pierre Baeriswyl, Marie-Jeanne Bardy, Michel Bettin, Patrick Betticher, Susanne Biemann, Markus Blaser, Albert Bugnon, Gérald Caboussat, Jérémie Carrel, Claude Chapuis, Roger Christinaz, Francine Clément, Jean-Pierre et Martha Clément, Laure Clément, Jessica Clément, Jean-Pierre Corpataux, Patrick Cudré-Mauroux, Alicia Daguët, Louis de Bourgknecht, Jean-François de Bourgknecht, Jean-Baptiste de Weck, Isabelle Delèze, Elisabeth et Dino Sante Demola, Patrick Dénervaud, Dr. Guillaume Devaud, Gertrud Dizerens, Philippe Etter, André Fasel, Nathalie Fasel, Olivier Fasel, Marlène Flückiger, Annemarie Forestier, Pascal Gross, Marcel Guhl, Benoît Gumy, Rose-Blanche Haag, Ulf Hasselgren, Jules Jad Helal, Adrien Hertig, Em-

manuel Humbert, Alan Humerose, Lambert Jaccard, Roland Kolly, Ivano Kopp, Dominique Lévy, Olga et Arnost Libicky, Alain Maeder, Luca Maillard, Jean-Jacques Marti, Myriam Meucelin Rohr, Marcel Michaud, Maud Morandi, Monique & Philippe Morard, Maria Muniz, Valentine Murith, Alexis Overney, Janique Pastore, Jacques Peiry, Paul Peiry, Ati Perler, Elisabeth Perroud, Yann Pugin, Emma Remy Klaus, Erwin Riedo, Pierre-Louis Rod, Pierre Savary, Adrian Schmid-Siegen, Nicolas Schmutz, Walter Schoop, Michelle Schöpfer, Martine Schütz, Catherine Schweizer, Yvonne Stempfel, Beat Wandeler, Fabienne Weber, Mario Wenger, Harjan Winters, Jean-Pierre Wohlhauser, Taranuch et Nicolas Zapf, Nicole Zimmermann, Othmar Zumsteg.

ENTREPRISES

ABP Project Sàrl, Actalis, Aérodrome Régional, AFCAS, AG@P Fribourg Sàrl, Agence MINT Sàrl, Agence de Voyages Indalo Space SA, Allianz Suisse, Alosa SA, Angeloz et Associés SA, Antiglio SA, Arena cinémas, Artefact Management SA, Association culturelle la Tuffière, Association des commerçants de Fribourg Centre, Association IRAS COTIS, Association des producteurs et commerçants des marchés de Fribourg, Atout Vrac, AXA Winterthur Assurances, Bâloise Assurance SA, Banque Cantonale de Fribourg, Banque Migros, Banque privée Edmond de Rothschild SA, Banque Valiant SA, Boschung Möbel - Meubles, Boutique Fun, By the Way Studio, CAB - Les Commerçants et Artisans du Bourg, Cabinet de Curiosité, Canoë club Fribourg, Cash Hôtel Service SA, Centre le Phénix, Gauch-Cave des Rochers AG, Centre Tennis Agy, Chambre de commerce Fribourg CCIF, Chambre fribourgeoise d'agriculture, Cité St-Justin, Collaud & Criblet SA, Communauté du Chemin Neuf Convict Salesianum, Contemuse, CA Next Bank (Suisse) SA, CREDIT SUISSE (Suisse) SA, Crémo SA, CULTURE KIDS Sàrl, Delirioom Sàrl, Dehly SA, DFTG, Donc Voilà, Dootix Sàrl, Duplirex Papeterie SA, Espace Oshoun, Ewatra publicité, Expo Centre SA Forum Fribourg, Fara, Favre Optique, Fédération fribourgeoise des entrepreneurs, Festival International de Films de Fribourg, Fiduconsult SA, Fiduservice SA, Fleur de cacao Sàrl, Fondation Château de la Grande Riedera, Freiburger Nachrichten AG, Fribourg-Natation, Fri-Mousse, Friscap SA, G-A-B SA, Garage Berset Sàrl, Georges Bise SA, Ameublements, Gétaz-Miauton SA, Grand Magasin Manor Fribourg, Groupe E Celsius SA, Groupe E SA, Haute école d'ingénierie et d'architecture, Horner Reisen AG, Imprimerie Robert, Institut agricole de l'Etat de Fribourg, Irtag, La Couleur du Vin SA, La Pharmacie Dr. A Marca, La Spirale, La Tabatière, Le Bilboquet, Le Gardien des Elfes, Les Boutiques Angeloz

SA, Les Marchands Merciers, L'Esprit du Voyage, L'Observatoire d'Ependes, Robert Mauron SA, MC Management & Conseil Sàrl, Media f SA, Micarna SA, Moncor Automobiles SA, Mövenpick Schweiz SA, MTL SA, NBA Fiduciaire SA, Nicoli Dream Cars Sàrl, Orchestre de Chambre Fribourgeois, Piment Graphic Design, Polytype SA, Pompes funèbres Paul Murith SA, Paperforms, Pole Movement Dance Studio, Quartz Rose, Régie de Fribourg SA, Régie immobilière Weck Aeby & Cie SA, Regis SA société fiduciaire, Sarina Cuisines SA, Schwaller & Gasser clés et serrures, Sensia AG / Canisius, Siestaoppi Kanushop, Société coopérative Migros Neuchâtel-Fribourg, Société des remontées mécaniques de la Berra, Société suisse des employés de commerce, Sofraver SA, Le Strap, Take Off Productions, Taxi Neyruz, Technoservice Engineering SA, Telecom Services SA, Unebonne-idée.ch Sàrl, Union patronale du Canton de Fribourg, Université de Fribourg, Université de Fribourg, Service formation continue, Urbanspa, Vidinoti SA, Villars Maître Chocolatier, Vollichard & Cie, Xcape, Ya-Fly-To-Sky, Zurich Agence Général Christian Meier SA.

MEMBRES B6B

Au Pommier (Pascale Rey & Daniel Pfirer), Aux 4 Eléments (Lucien et Dominique Haller Sobritz, Elisabeth et Beat Aeberhard, Béatrice et Max Andrey, Table d'hôtes La Ferme du Biolley (Brigitte et Michel Bapst), Table d'hôtes Ferme des Planchettes, Chez Marie (Marie Jeanne Brönnimann), Château Bohème (David Brülhart), Eric Berset, Vincent Bourgnon, Château de la Grande Riedera, Couvent des Cordeliers, Claire-Do Clément, Thérèse Chapuis, Christine Chassot, Rose Chervet, Hélène Chofflon, Rita Deuber-Fontana, Jean-Marie Egger, Pierre Flüeler, BnB Fort Saint-Jacques (Nicole Gamba), Jacques Gagnaux, Isabelle Gehring, A.Thérèse Girard, BnB Le Havre (Claude Rosset), Sylvie Hervais, Marcia et Niklaus Hürlimann, Aline et Christian Kolly, Ivana Mrazek, La Noisetière (Laurent Chatagny), Les Nuits Blanches (Anne & Stéphane Leuba), Maison d'Amman (Elisabeth Ory), Romy Von Rohr, Valérie & Stanislas Rueck, Annelies und Ernst Ulrich, Jacques Volery, Anne-Elisabeth et René Vonlanthen, Barbara Widmer, Golf Country Club Wallenried (Mario Rottaris), Marlène Thévoz Morel.

SERVICE ACCUEIL & INFORMATION

Nous organisons volontiers vos tours de ville,
vos balades en petit train
ou votre visite de la cathédrale.
N'hésitez pas à venir vous informer
auprès de notre équipe
qui vous fournira un conseil personnalisé.

info@fribourgtourisme.ch

SERVICE SPECTACLES & MANIFESTATIONS

Fribourg Tourisme et sa billetterie vous offrent
un service professionnel pour toutes vos réservations
de spectacles et concerts à Fribourg
et dans le reste de la Suisse avec Ticketcorner,
Starticket, Kulturticket et Petzi !
Pour les organisateurs,
nous nous chargeons de votre billetterie.

spectacles@fribourgtourisme.ch

SERVICE DES CONGRÈS

Le Service des Congrès de Fribourg Tourisme
vous soutient dans l'organisation de votre événement,
en offrant diverses prestations telles que
la réservation de salles et de contingents hôteliers
ou la mise sur pied de vos programmes récréatifs.

congress@fribourgtourisme.ch

FRIBOURG TOURISME ET RÉGION

Place Jean-Tinguely 1
Case postale 448
1701 Fribourg
T. +41 (0)26 350 11 11
info@fribourgtourisme.ch
www.fribourgtourisme.ch



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

