

**Procès-verbal
de l'Assemblée générale du mercredi 15 juin 2022**

Date et lieu :

15 juin 2022, 17h15 à la Salle associative à Charmey

Présents :

Selon liste des présences

Excusés :

Selon liste des excusés

NW excuse les personnes absentes et communique l'ordre du jour suivant :

1. Salutations
2. Procès-verbal de l'assemblée générale du 16 juin 2021
3. Message de La Gruyère Tourisme
4. Rapport d'activité 2021
5. Comptes 2021
6. Rapport de l'organe de révision
7. Approbation des nouveaux statuts
8. Nomination de l'organe de révision
9. Programme d'activité 2022
10. Divers

NW demande s'il y a des remarques à son sujet et déclare l'assemblée valablement constituée.

1. Salutations

Mme Sophie Moret, Conseillère communale à Val-de-Charmey et Présidente de l'AT3C, salue l'assemblée, en remerciant La Gruyère Tourisme (LGT) pour l'excellente collaboration. Après quelques mots sur les futurs événements à Charmey, elle passe la parole à M. Nicolas Wyssmueller, Président de LGT.

Après les salutations d'usage, M. Nicolas Wyssmueller, Président, ouvre la séance qui débute à 17h15 à la salle associative à Charmey, la première assemblée en présentiel depuis 3 ans. Il accueille M. Frédéric Perritaz, qui présentera la partie récréative en fin d'assemblée.

2. Procès-verbal de l'assemblée générale du 16 juin 2021

Le procès-verbal de l'assemblée qui s'était tenue en non présentiel est accepté à l'unanimité avec remerciement à son auteure.

3. Message de La Gruyère Tourisme

NW relève qu'un point important de cette assemblée est celui de la modification de la loi sur le tourisme. Il précise que les sociétés de développement ne vont pas disparaître, mais ne seront dorénavant plus bénéficiaires directes des taxes de séjour, qui seront distribuées au niveau cantonal et régional. LGT devra verser la part qui revient au niveau local, donc aux SD. Un travail est en cours pour établir les critères de la distribution de ces taxes (projets, etc.). C'est le canton qui est responsable de la stratégie

touristique, et au niveau régional c'est l'ARG. Les nouveaux critères de répartition seront en place en 2023, une année qui sera transitoire.

Il remercie l'ensemble des collaborateurs/trices de LGT pour ces deux dernières années spéciales. Il a fallu se réinventer et le travail accompli a permis de garder des forces vives.

Il relève que M. Guillaume Schneuwly ici présent a repris la direction pendant le Covid-19, et il remercie tout le comité de LGT qui l'accompagne pour prendre les bonnes décisions.

Enfin, il informe que son message se retrouve en p. 2 du rapport d'activité et qu'il ne va pas en faire la lecture. Il passe la parole à M. Guillaume Schneuwly, Directeur, pour le rapport d'activité 2021.

4. Rapport d'activité 2021

Pour commencer ce rapport d'activité, GS relève qu'il est important de replacer le contexte 2021. L'activité reprend bien actuellement, mais il faut rester prudent. Nous avons appris à nous retourner rapidement, mais en 2021 il était encore compliqué de travailler et de se réunir, de prévoir des promotions en Suisse et à l'étranger.

2021, une année donc où nous n'avons quasiment connu aucun grand événement, où nos attractions touristiques ont fonctionné au ralenti. Cela se sent dans les chiffres qui vous seront présentés.

Cependant, GS tire son chapeau à tous les acteurs touristiques pendant cette crise, qui ont su trouver leur chemin dans la jungle des restrictions. Certaines éclaircies dans le paysage tourmenté de 2021 font même plaisir à voir, comme le recul léger des nuitées, bien meilleur que celui imaginé au début de l'année 2021.

Il débute sa présentation avec quelques chiffres-clé pour réaliser le travail effectué par l'équipe constituée de 18 personnes pour 14 EPT.

Il en profite pour remercier toute l'équipe qui est dévouée à cette région. Elle fait preuve d'une grande motivation et flexibilité et effectue son travail avec passion.

En 2021 en résumé...

- Emails | Téléphones | Guichet : 28'936 contacts traités et satisfaits, pour toute la région
- Sur les réseaux sociaux, 512 postes et 490 stories pour une portée totale de 5'563'956 personnes sur Facebook et Instagram
- 2000 pages mises à jour en 3 langues sur www.la-gruyere.ch pour 1'425'937 visites
- Plusieurs dizaines d'actions marketing print et digitales en direct et avec nos partenaires
- 51 visites de presse pour une audience de 158 millions de personnes
- Plus de 1300 nuitées vendues via nos forfaits
- Incoming : 123 demandes de groupes traitées
- 8'905 billets vendus par La Billetterie
- Ouverture 7 / 7 guichet & téléphone pour 6'670 heures d'ouverture au total
- 14 manifestations et 115 jours d'animations directement organisées sur Bulle, Charmey et Gruyères (SD sous gestion par LGT)

Information, Accueil & Animation

LGT (OTR) a pour mandat de gérer les Sociétés de développement de Bulle et environs, Association Touristique des 3C (Châtel-sur-Montsalvens, Crésuz et Val-de-Charmey) et Gruyères-Moléson-Broc

- Gestion du personnel et des locaux
- Tenue des comités des SD et des comptabilités
- Organisation des animations / manifestations décidées par les comités
- Synergies et processus communs pour les prestations en faveur des hôtes avant | pendant | après
- Centre d'information régional ouvert 7/7 | T. 026 919 85 00 | www.la-gruyere.ch | 6'670 heures d'ouverture
- Permanence téléphonique de Fribourg Région tous les weekends

La Billetterie

- La Billetterie a vendu 8'905 billets pour un chiffre d'affaires de CHF 366'137.35
- 11 spectacles annulés / pass sanitaire
- Chute de la fréquentation, perte du chiffre d'affaires d'environ 50%
- Les ventes en ligne progressent, changement de fournisseur pour une meilleure expérience client

GS rappelle que La Billetterie n'est gérée que par une seule personne à LGT. C'est la 2ème année très difficile pour La Billetterie qui a fait en fonction des possibilités de tenue des spectacles, avec heureusement moins de remboursements à faire qu'en 2020.

Statistiques | Nuitées

- 494'940 nuitées, +12% (2020), -3.8% (2019)

On observe un retour à une situation plus normale, La Gruyère n'a enregistré «que» 3.8% de baisse de nuitées selon les statistiques fournies par Checkin FR par rapport à 2019 qui était une relativement bonne année.

Concernant la répartition par type d'hébergement, on remarque que les nuitées issues des résidences secondaires sont toujours prépondérantes mais aussi en baisse à cause de la transformation de résidences secondaires en résidences principales notamment. L'hôtellerie a repris de belles couleurs en 2021. L'Augmentation des « institutions à service hôtelier » est due à AIRBNB, qui n'était auparavant pas comptabilisé et qui représente presque 30'000 nuitées.

Concernant la provenance des touristes séjournant en hôtels, il y a une belle différence avant et après Covid avec une part de Suisses à presque 80% en 2021 contre 64% en 2019 (2019 étant l'année référence avant l'arrivée du Covid).

Statistiques | Entrées payantes attractions & musées (source UFT)

- 640'423 entrées payantes recensées
- -66% entre 2021 et 2019

Ce chiffre est plus impressionnant avec -66% d'entrées payantes. Cela est notamment dû à l'absence de clientèle étrangère. On voit donc bien la répartition entre les Suisses qui logent dans la région et les touristes étrangers qui visitent nos attractions.

GS passe la parole à Mme Stéphanie Kaniama, Responsable Marketing.

Actions MarketingMarketing | **Campagne propre**

- Focus sur le Passeport La Gruyère
- Campagne multicanaux (affichage, print, réseaux sociaux, banner, etc.)
- 9 millions de contacts touchés

Une campagne propre à LGT, entièrement financée par cette dernière a été réalisée. Plusieurs actions ont été menées, notamment pour mettre en avant notre offre phare : Le Passeport La Gruyère. Grâce à ces différentes promotions, nous avons pu toucher 9 millions de contacts.

SK présente quelques exemples de campagnes à l'écran.

Marketing | **Campagne été Fribourg Région****Campagne 100% digitale**

- 82'538 vues qualitatives sur les landing pages relatives à La Gruyère
- 816'000 personnes atteintes via les actions digitales (banner, articles sponsorisés)
- Campagne de contenu (bannières native) générant 9 millions d'impressions
- 50'000 personnes atteintes via les post d'influenceurs invités dans la région
- 3 Newsletters envoyées à plus de 81'000 personnes
- Campagne sur les réseaux sociaux et Google totalisant 658'589 vues pour La Gruyère
- Campagne Google et Youtube totalisant 1,2 million de vues

Parallèlement, suite à une initiative de l'association fribourgeoise des hôteliers, une campagne de relance COVID sur le printemps a été lancée pour la première fois en 2021, financée par le plan de relance du canton de Fribourg.

Marketing | **Campagne automne Fribourg Région** en collab. avec Terroir Fribourg

- 1 vidéo promotionnelle par district : fromagerie d'alpage de Vounetz
- Site dédié de Fribourg Région avec page dédiée à La Gruyère
- Campagne digitale et 11 Newsletters (202'213 envois)
- Partenariat avec des médias dont Terre&Nature, NZZ, Loisirs.ch, Outdoor Active ainsi que des influenceurs
- Campagne sur les réseaux sociaux, 440'305 contacts pour LGT

En Gruyère, il s'agissait du Vacherin fribourgeois AOP et du Gruyère AOP. Une vidéo promotionnelle a été tournée et diffusée. De nombreuses actions ont eu lieu comme l'envoi de Newsletters, des articles sur plusieurs plateformes ou des campagnes sur les réseaux sociaux.

Marketing | **Campagne été Suisse Tourisme** |

- 1 longue vidéo « key story » mettant en avant la randonnée Schwarzsee – Charmey – Gruyères avec le chanteur Gustav
- 1 vidéo courte mettant en avant le Moléson et ses activités (tournus entre les pôles touristiques)
- Diffusion par ST sur Youtube, Facebook, Instagram, Native ads et dans leur Newsletter
- 2 offres été sur le site de ST toute l'année

Marketing | Campagne **France Suisse Tourisme**

- Action avec le Courrier International : "Escape to Fribourg Région, 13'834'875 de contacts touchés
- Actions avec le Routard et Paris Match : 62'533 visites sur la plateforme web, 27'294 clics sur réseaux sociaux
- Action avec le site "My Little Paris", 33'500 pages vues et 1'927'000 impressions
- Action avec Easy Voyage, 41'000 visites sur la landing page, 10 millions d'impressions
- Vidéo avec Mike Horn en Gruyère

Marketing | Campagne **Allemagne (agence Wächter & Wächter)**

- Multiples partenariats avec des médias :
Geo.de, Reisewelt Alpen, Abendzeitung, Landshuter Zeitung, Straubinger Tagblatt, Anderswo, FürSie.de, diverses radios, etc.

Marketing | Campagne **Wellness / Spa & Vitality Suisse Tourisme**

- Vidéo aux Bains de la Gruyère, 1,1 millions d'impressions
- Page dédiée sur Myswitzerland.com
- Encart dans le magazine Coopzeitung, 2,7 millions d'exemplaires en 3 langues
- Offre Spa & Vitality à Charmey sur le site de ST toute l'année
- Réseaux sociaux, e-newsletter, MySwitzerland.com, bannering, médias, etc.

La Gruyère est aussi partenaire de Suisse Tourisme sur la campagne Spa & Vitality comme Charmey est labélisé en tant que destination Wellness. Une vidéo courte des Bains de la Gruyère avec une page dédiée sur le site Internet de Suisse Tourisme et des campagnes sur les réseaux sociaux ainsi que l'insertion dans la Newsletter et d'autres actions ont eu lieu en 2021.

Marketing | Campagne **Hiver Suisse Tourisme | UFT | RMAF**

- Suisse Tourisme – Expériences : vallée des tyroliennes à Charmey et trou de la grand-mère à Jaun
- Fribourg Région – Nouvelle campagne hiver print et digitale
- RMAF : campagnes automne « parapente » et hiver « Moins de bouchons, plus de ski »

L'offre hivernale est communiquée via une campagne Suisse Tourisme, de Fribourg Région ainsi que via le pool des remontées mécaniques fribourgeoises.

Les expériences de la vallée des tyroliennes à Charmey et du trou de la grand-mère à Jaun ont été mises en avant dans la campagne hiver de Suisse Tourisme. Fribourg Région a communiqué largement sur les offres hivernales dans le canton et les RMAF ont réalisé différentes vidéos, en automne et en hiver.

Marketing | **Sponsoring** | Mathilde Gremaud

- Très active sur les réseaux sociaux Instagram (46k fans) et Facebook (5,5k fans)
- Branding sur le tour de cou de Mathilde
- Réalisation d'une vidéo par LGT avec Mathilde sur le lac ainsi qu'à La Berra
- Présence sur un évènement LGT à Charmey

Depuis maintenant 4 ans, LGT est partenaire et sponsor de Mathilde Gremaud, qui est une vraie amoureuse et ambassadrice de La Gruyère.

Diverses collaborations sur les réseaux sociaux et le branding ainsi que des évènements ont eu lieu.

LGT tient sincèrement à la remercier pour son engagement qui permet de faire aussi rayonner la région plus loin et auprès du monde entier. Merci Mathilde.

Marketing | Promotions avec partenaires

- Partenariat avec le pool de promotion Gruyères
- Collaboration et coordination avec 4 pôles de la région
- Collaboration avec l'association des Musées en Gruyère
- Collaboration avec le Parc Naturel Régional Gruyère Pays d'Enhaut

LGT travaille avec certains partenaires de la région afin de coordonner et développer de nouvelles actions de communication pour la région, en mettant ses partenaires au cœur des messages.

Des collaborations avec les musées, des groupes de commerçants ainsi que le Parc Naturel ont eu lieu. LGT tient à remercier ses partenaires pour leur participation importante pour la région.

Marketing | Webmarketing | www.la-gruyere.ch

- +20,3% de visites en 2021 (+16% en 2020)
- 1er site touristique cantonal

2021 a été une année record pour notre site avec plus de 1,4 millions de visites. La Gruyère est le site touristique le plus visité du canton. Nous continuons nos efforts avec l'UFT et nous avons sorti ensemble un site commun à la fin de l'année. SK remercie l'UFT pour tout le travail effectué à cet effet.

Marketing | Webmarketing | Réseaux sociaux

- 52'073 abonnés à nos différentes plateformes
- 6.5 millions de personnes touchées
- Du contenu varié, actuel et promotionnel quotidiennement publié

Les réseaux sociaux sont une priorité pour LGT, qui agrandit d'années en années son audience et teste de nouveaux moyens de communiquer sur ces réseaux. L'actualité est couverte mais LGT utilise surtout les réseaux sociaux comme canal de promotion pour ses campagnes.

Vente de forfaits

- Passeport La Gruyère : 1192 nuitées (910 en 2020) – Offre phare de La Gruyère et outil de promotion
- Autres forfaits LGT : 182 nuitées (122 en 2020) – Offres de niche de randonnée, wellness et ski

Marketing | Brochures

- « Guide de vos vacances »
 - 50'000 exemplaires
 - 80 pages
 - 3 langues
 - 1 support pour toute l'information touristique de la région
 - « Référence » de l'information touristique
 - Publication annuelle
 - Distribution large aux partenaires
- Randonnées Best-of
 - 5'000 exemplaires
 - « Best of » des randonnées et des highlights de La Gruyère

Une brochure nommée « le Guide de vos vacances » est éditée et très appréciée des touristes.

Une petite brochure « best of des randonnées » avec quelques randonnées très demandées dans la région a également été éditée.

Des efforts sont entrepris chaque année pour maintenir une base de données photos attractives. Mme Kaniama montre quelques exemples de ces photos qui sont également à disposition de nos partenaires pour leurs promotions.

Marketing | **Incoming**

- 24 sorties pour 646 personnes, 123 demandes au total

LGT propose toujours un service Incoming de qualité qui a pour but la promotion des ventes pour les groupes mais aussi pour renseigner les clients

Le chiffre d'affaires 2021 est logiquement bas vu l'interdiction de rassemblement, mais LGT a répondu à 123 demandes d'offres.

Marketing | **Relations publiques**

- 51 voyages de presse et 121 journalistes/photographes accueillis
- Nombreux influenceurs ainsi que des TV
- Pays limitrophes majoritaires

De nombreux médias ont été accueillis en 2021, de tout type : TV, influenceurs, magazines, radios, etc.

Label Swisstayable

- LGT a été labellisée « Swisstayable », niveau 2/3
- Nouveau label axé sur le développement durable lancé par Suisse Tourisme et géré par la Fédération Suisse du Tourisme
- Fer de lance de la communication de Suisse Tourisme
- Eléments décisifs dans l'octroi du label : actions déjà menées dans les labels de qualité Q2, partenariat avec le PNR et travail avec la plateforme OK : GO
- Niveau 1 du label relativement simple à obtenir et ouvert à tous les prestataires touristiques
- **Inscrivez-vous !**

Gruyères « Best tourisme village by UNWTO »

- 44 villages dans le monde labellisés par l'OMT, organisation de l'ONU responsable du développement touristique dans le monde.
- Dossier déposé par LGT avec l'aide de la commune de Gruyères et de l'UFT.
- Bénéfices du label

GS remercie SK et demande s'il y a des questions. Ce n'est pas le cas.

Il passe la parole à Mme Aline Genoud, pour la présentation des comptes.

5. Comptes 2021

AG relève qu'une erreur s'est glissée dans les comptes 2020 imprimés dans le rapport d'activité. Ils ont été mis à jour à l'écran ainsi que sur notre site Internet.

Bilan	au 31.12.21	au 31.12.20
Actif		
Circulant		
Liquidités	323 222,80	277 357,85
Débiteurs	161 910,79	91 736,84
Autres débiteurs	1 026,25	(292,00)
Titres	0,00	0,00
Stock	3 700,00	10 800,00
Actifs de régularisation	2 092,02	24 829,00
Total de l'actif circulant	491 951,86	404 431,69
Immobilisé		
Informatique	11 640,00	19 640,00
Communication/Promotion	4 160,00	6 360,00
Accueil	11 720,00	14 720,00
Total de l'actif immobilisé	27 520,00	40 720,00
Total de l'Actif	519 471,86	445 151,69
Passif		
Capitaux étrangers		
Créanciers	75 897,82	19 137,88
Créancier AFC	12 670,82	7 001,49
Passifs de régularisation	30 384,55	42 088,04
Provision	117 043,83	117 043,83
Provision marketing	238 800,00	213 800,00
Provision pertes sur débiteurs	2 500,00	4 600,00
Provision pour informatique	20 000,00	20 000,00
Total des capitaux étrangers	497 297,02	423 671,24
Capitaux propres		
Capital	21 480,45	16 188,71
Résultat de l'exercice	694,39	5 291,74
Résultat au bilan	694,39	5 291,74
Total des capitaux propres	22 174,84	21 480,45
Total du Passif	519 471,86	445 151,69
Compte Profits et Pertes		
Recettes		
Contributions		
Communes de La Gruyère	164 164,66	164 164,66
Contribution OT-UFT	36 000,00	36 000,00
Autres contributions	206 603,10	218 165,12
Total recettes contributions	406 767,76	418 329,78
Promotion		
Communes de La Gruyère	354 173,34	354 173,34
Communes Pâles	255 000,00	255 000,00
Fonds Marketing - UFT	106 835,00	110 100,00
CA sorties d'entreprises	95 177,12	43 679,45
Ventes forfaits et autres produits	108 077,55	84 603,20
Total recettes promotion	919 263,01	847 555,99
Taxes de séjour	423 396,05	366 344,52
Total des Recettes	1 749 426,82	1 632 230,29

Les contributions sont stables. On remarque une augmentation du chiffre d'affaires liée à notre secteur Incoming/sorties d'entreprise mais encore bien en-dessous d'une activité normale. Idem pour les forfaits, on peut constater une belle augmentation. Au niveau des taxes de séjour, le résultat est bien meilleur qu'en 2020.

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	122 495,47	62 391,37
Locations / frais locaux	87 466,75	100 063,85
Révision / Comité / Honoraires	6 989,35	15 251,35
Label qualité	0,00	0,00
Expéditions / Envois	4 063,60	5 116,10
Centrale informations	6 945,90	8 019,65
Perte s/débiteurs	(2 100,00)	(3 600,00)
Amortissements	13 200,00	19 629,40
TVA	25 233,04	17 537,53
Charges promotion		
Actions Marketing	214 714,07	260 527,00
E-Marketing	9 994,00	9 330,80
Brochures / Calendriers	48 103,55	53 921,20
Salons / Foires	0,00	0,00
Prestataires touristiques	109 036,85	52 033,10
Charges salariales globales	1 028 640,65	922 436,80
Produits et charges exceptionnels		
Produits exceptionnels	(331,20)	0,00
Charges exceptionnelles		30 000,00
Total des Charges	1 748 732,43	1 626 938,55
Résultat Net de l'Exercice	694,39	5 291,74

Concernant les charges, le poste administration a passablement augmenté. En effet, une réserve a été passée pour le déménagement des locaux dans la nouvelle gare, et il y a eu plus de frais liés à la reprise des activités normales.

La différence concernant les loyers est liée à une réduction de loyer durant le covid et un retard de facturation de certaines communes (facturé en 2022).

Les honoraires de révisions ont diminué car il y a eu besoin de moins d'aide au bouclage.

Moins de Marketing a été réalisé qu'en 2020 car pas de soutien de l'ARG (aide exceptionnelle en 2020). Le poste « Prestataires touristiques » est lié au CA du département Incoming, donc a bien réaugmenté. Les salaires sont plus hauts car peu de RHT en 2021 vu le retour d'une situation quasi normale.

NW relève que LGT va déménager dans les locaux de la gare, en début 2023.

6. Rapport de l'organe de révision

AG présente le rapport de l'organe de révision en demandant à l'assemblée si la lecture est souhaitée. Ce n'est pas le cas.

NW propose de voter les comptes et le rapport de révision :

➔ **Les comptes et le rapport de l'organe de révision sont acceptés à l'unanimité.**

7. Approbation des nouveaux statuts

LGT doit mettre ses statuts en conformité avec la nouvelle loi sur le tourisme entrée en vigueur le 01.01.2021

- Les statuts à réviser étaient à disposition sur notre site web
- Les statuts proposés ont été approuvés par le comité LGT, le service juridique de la FPE et l'Union Fribourgeoise du Tourisme et sont conformes à la nouvelle loi
- Principaux changements :
 - Adaptation des tâches et missions de LGT selon la nouvelle loi
 - Modification de la gouvernance du tourisme fribourgeois
 - Légère « modernisation » des statuts

NW demande si la lecture complète est nécessaire, ce n'est pas le cas. Il propose que l'on passe au vote.

➔ **Les nouveaux statuts sont validés à l'unanimité.**

8. Nomination de l'organe de révision

NW indique que selon les statuts, LGT doit changer d'organe de révision. La Fiduciaire Cuennet est choisie pour 1 année.

➔ **Cette proposition est validée à l'unanimité.**

9. Programme d'activité 2022

Perspectives 2022 pour le tourisme

- Fin de la pandémie de Covid ?
- Guerre en Ukraine
- Inflation
- Crise de l'emploi dans l'hôtellerie restauration
- Changements d'habitudes dans la manière de voyager
- Changements dans le tourisme d'affaires
- Dynamisme gruérien et opportunités

Dans les actualités 2022, GS souhaite surtout parler des perspectives qui concernent notre secteur. Elles ne sont pas toutes faciles à entendre mais c'est la réalité d'aujourd'hui.

Il est difficile de dire à quel point notre région sera impactée. Néanmoins, dans cet environnement, il paraît crucial de continuer à insister sur la qualité des prestations touristiques et de continuer à soutenir les projets en développement dans notre région.

La Gruyère est une des régions les plus dynamiques du canton et cela se sent dans le tourisme également.

La manière dont on traite nos hôtes mais également le personnel de la branche doit être irréprochable si l'on veut développer une activité durable et adaptée aux besoins des hôtes et de la population.

Objectifs | **Stratégie**

Aboutir à une stratégie régionale via le Concept Touristique, annexe au Plan Directeur Régional de La Gruyère

- Gouvernance du tourisme (fin 2022)
- Stratégie de promotion (fin 2022)
- Formation, monitoring des activités de LGT et adaptations (2023)

Lancé en 2018, le travail sur le concept touristique régional, lié au plan directeur doit arriver à sa conclusion en fin d'année pour une partie des activités, dont l'organisation du tourisme et la stratégie promotionnelle. En 2023, un suivi est prévu avec de la formation afin d'implémenter les changements.

Objectifs | Marketing

- Poursuivre les actions avec Suisse Tourisme et Fribourg Région
- Développement des actions de promotion avec les partenaires touristiques
- Amélioration du nouveau site (contenu, SEO, interactivité)
- Réseaux sociaux
 - Vidéos | Conseils | Information touristique
 - Test de nouveaux formats & réseaux
- Produits
 - Vente en ligne de nos activités
 - Nouvelles offres
- Brochure
 - Nouvelle brochure générale inspirationnelle
- Tourisme d'affaires
 - Relance de la promotion de notre département Incoming

Au niveau du marketing, LGT continue ses collaborations avec Suisse Tourisme et Fribourg Région ainsi que ses partenaires régionaux. Elle va continuer à développer les outils de communications (print ou digital) et relancer l'activité Incoming.

Enfin, GS présente le budget 2022, qui a été fait de manière assez défensive avec un résultat de Fr. 1'558.- en espérant avoir de bonnes surprises.

Compte Profits et Pertes	Budget 2022	Budget 2021
Recettes		
Contributions		
Communes de la Gruyère	518 338.00	518 338.00
Contribution OT-UFT	36 000.00	36 000.00
Autres contributions	221 000.00	215 000.00
Promotion		
Communes Pôles	255 000.00	255 000.00
Fonds Marketing - UFT	110 000.00	110 000.00
CA sorties d'entreprises	100 000.00	75 000.00
Ventes forfaits et autres produits	109 500.00	118 500.00
Taxes de séjour	392 000.00	366 000.00
Total des Recettes	1 741 838.00	1 693 838.00

Au niveau des recettes, une augmentation des taxes de séjour est prévue tout en restant prudent sur les chiffres de début et de fin d'année.

Charges		
Taxes de séjour		
Mandat Gratisa SA	74 280.00	74 280.00
Charges ordinaires		
Administration / Matériel	103 500.00	110 000.00
Locations / frais locaux	74 500.00	74 500.00
Révision / Comité	7 500.00	7 500.00
Expéditions / Envois	7 000.00	7 000.00
Centrale informations	8 000.00	12 000.00
Amortissements	15 000.00	12 000.00
TVA	25 000.00	25 000.00
Perte s/débiteurs		
Charges promotion		
Actions Marketing	221 000.00	182 600.00
E-marketing	10 000.00	12 500.00
Brochures	31 000.00	37 500.00
Salons / Foires	2 500.00	2 500.00
Prestataires touristiques	107 000.00	85 500.00
Charges salariales globales		
	1 054 000.00	1 040 000.00
Produits et charges exceptionnels		
Produits exceptionnels	0.00	0.00
Charges exceptionnelles	0.00	0.00
Total des charges	1 740 280.00	1 682 880.00
Résultat NET de l'exercice	1 558.00	10 958.00

Les charges prévues sont stables, avec certains frais administratifs en baisse et une augmentation prévue du marketing qui se rapproche d'une année normale.

10. Divers

GS demande s'il y a des questions, ce n'est pas le cas.

NW précise qu'à l'issue de cette assemblée un apéritif sera servi. Il donne la parole à M. Jean-Pierre Doutaz, Président de l'UFT, qui félicite LGT pour l'engagement. Il précise que La Gruyère fait plus de 40% du chiffre d'affaires cantonal dû au tourisme. Le tourisme est un secteur important et Fribourg a une diversité que d'autres cantons n'ont pas. Le projet Fit'ng en cours facilitera les synergies dans la communication et l'offre touristique.

M. Vincent Bosson, Préfet, prend également la parole. Il a la chance d'être Préfet de ce magnifique district. L'aménagement du territoire, entre autres le projet de la Maison Cailler, est un gros dossier, comme plusieurs autres projets liés au développement. Il est heureux d'être parmi nous ce soir et se réjouit de contribuer au développement des activités touristiques de La Gruyère.

NW remercie l'assemblée et lève la séance à 18h20. Il passe la parole à M. Perritaz pour sa présentation.

Pour le procès-verbal, Aline Genoud, le 20.06.2022