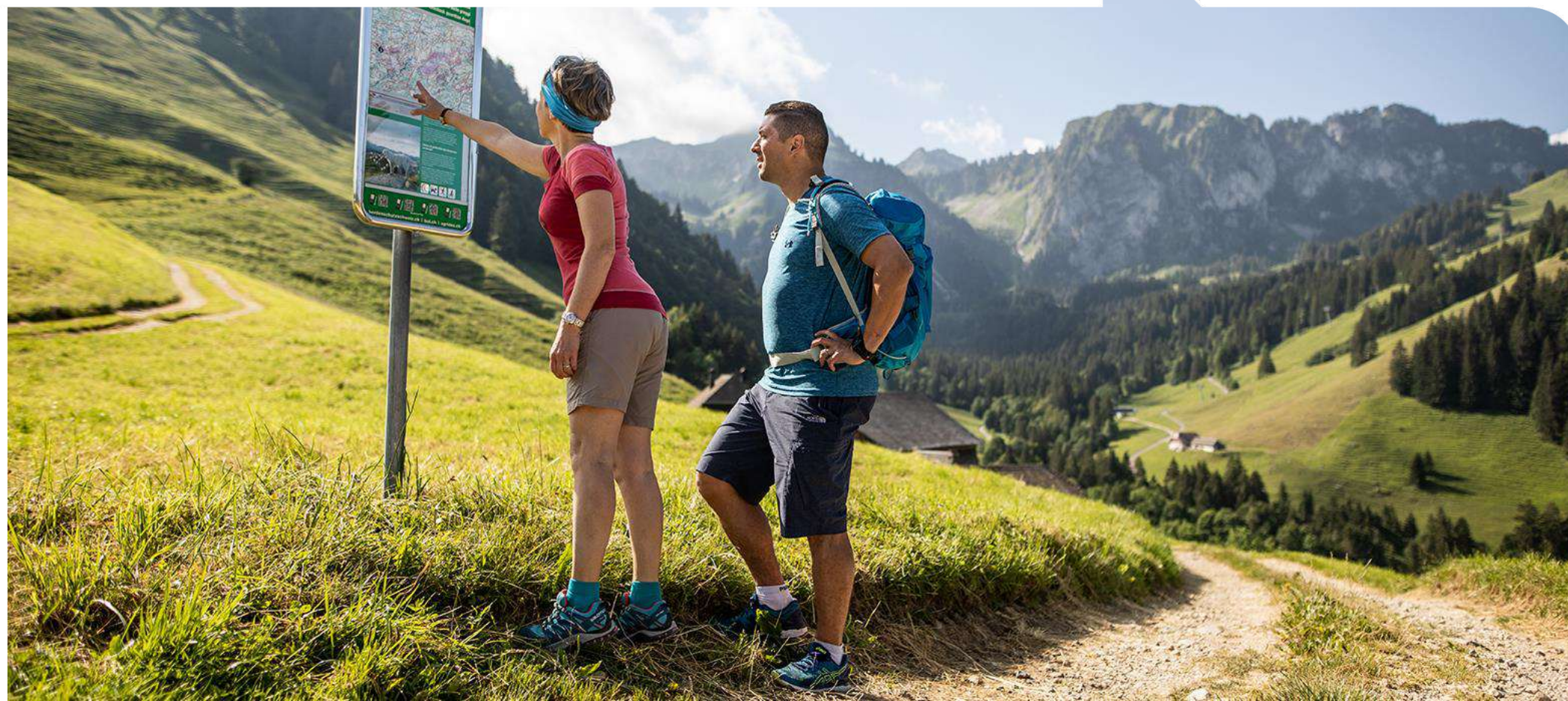


BIENVENUE PETIT-DÉJEUNER PRESSE - 3 MARS 2023



INTERVENANT-E-S

- Pierre-Alain Morard, Directeur UFT
- Elvis Gonzalez, CEO cabinet M&BD consulting
- Susana Mendes, Business Analyst cabinet M&BD consulting
- Christophe Renevey, Directeur-adjoint UFT
- Julien Baly, Directeur général Diana Hotel Collection



STRUCTURE

- Cadre
- Méthodologie
- Périmètre d'analyse
- Caractéristique de l'échantillon
- Analyse générale
- Analyse par région
- Analyse démographique - âge
- Clients types
- Recommandations & Feuille de route
- Bilan des nuitées
- Questions & Réponses



M^oBD



Étude sur le comportement des
visiteurs

COHÉRENCE AVEC LES DOCUMENTS STRATÉGIQUES EXISTANTS

- Livre blanc sur le tourisme suisse et fribourgeois
- Nouvelle loi sur le tourisme et son règlement
- Stratégie de développement du tourisme fribourgeois
- Stratégie marketing et communication



Mission

Réalisation d'une étude sur les clients (hôtes hébergés, visiteurs)
afin de connaître leurs comportements et attentes

Objectifs

- Mieux comprendre le comportement des clients
- Identifier leurs besoins et attentes
- Connaître leur parcours
- Définir des clients types (personas)

Phases de réalisation



Méthodes

L'analyse porte sur des données collectées à travers **2** méthodes :

Méthodes

Quantitative

- Questionnaire diffusé en ligne

Qualitatives

- Entretiens
- Observations

Chiffre clés

Méthode quantitative

**1249**Réponses totales au questionnaire d'étude
quantitatif

Type de répondant	Part des répondants
Personnes ayant visité le canton de Fribourg au cours des 5 dernières années	83%
Personnes n'ayant pas visité le canton de Fribourg au cours des 5 dernières années	17%

Méthode qualitative

**106**

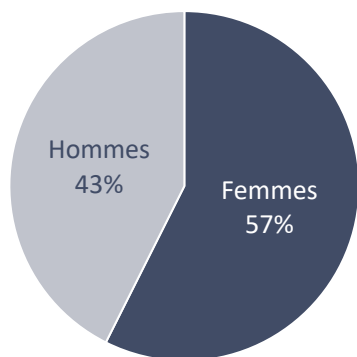
Entretiens individuels pour l'étude qualitative

Les entretiens individuels et les observations ont été menés dans les régions suivantes :

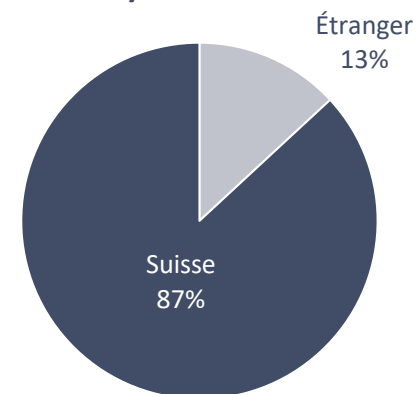
- La Gruyère
- Ville de Fribourg et son agglomération
- Estavayer-le-Lac / Payerne et région
- Morat et région
- Romont et région
- Schwarzee et région
- Châtel-st-Denis / Les Paccots et région

Caractéristiques démographiques

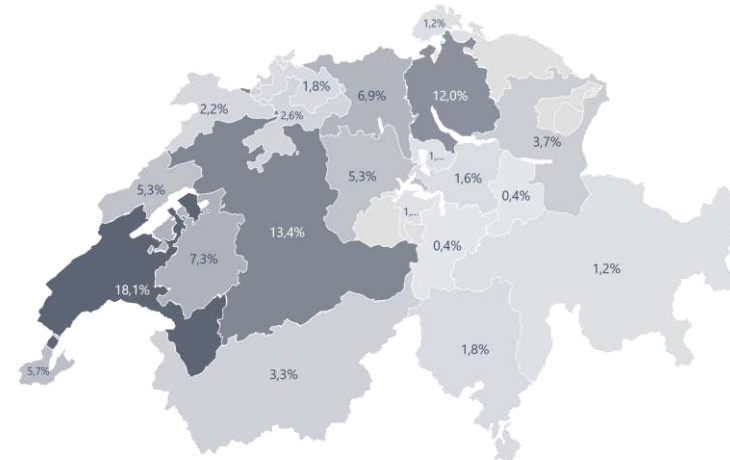
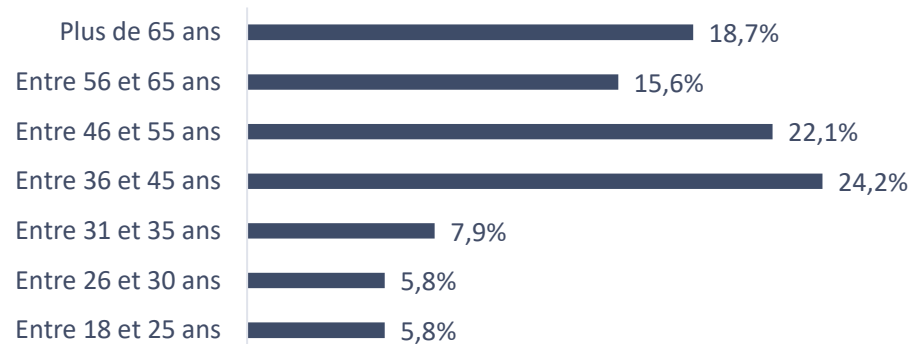
Genre



Pays de domicile

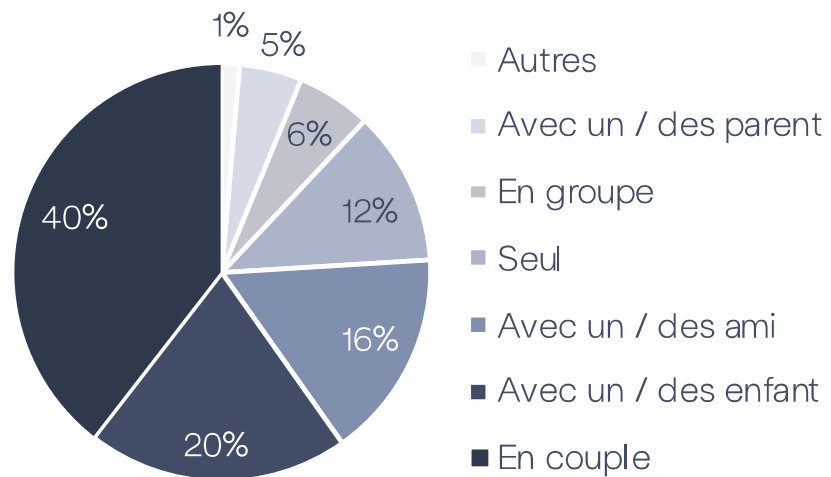


Âge



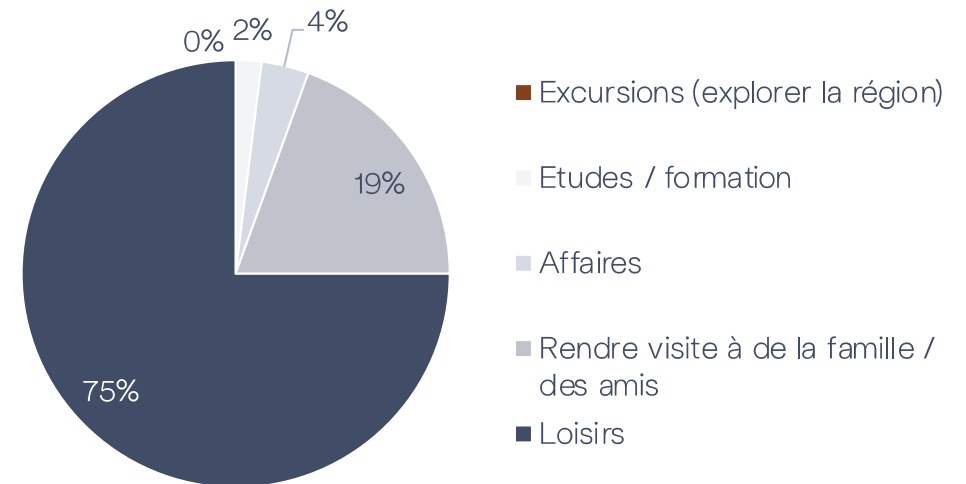
Accompagnement

Accompagnement



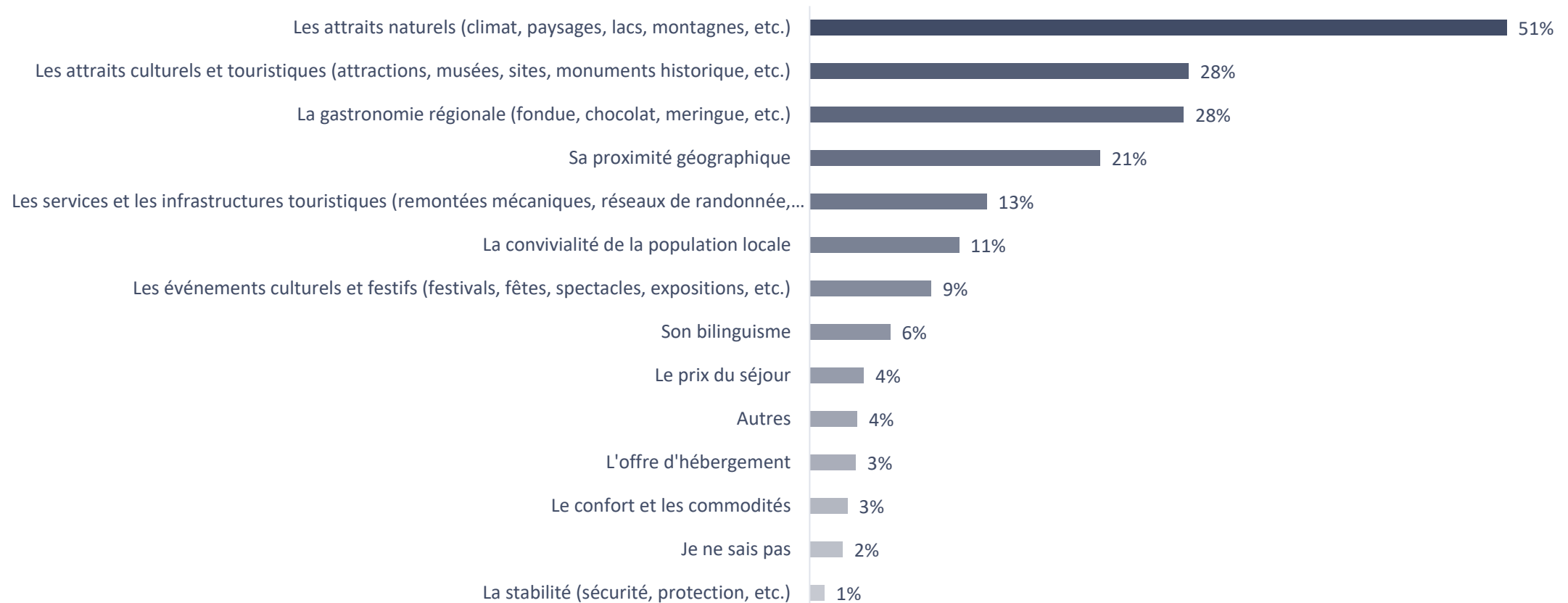
Cadre de visite

Cadre de visite



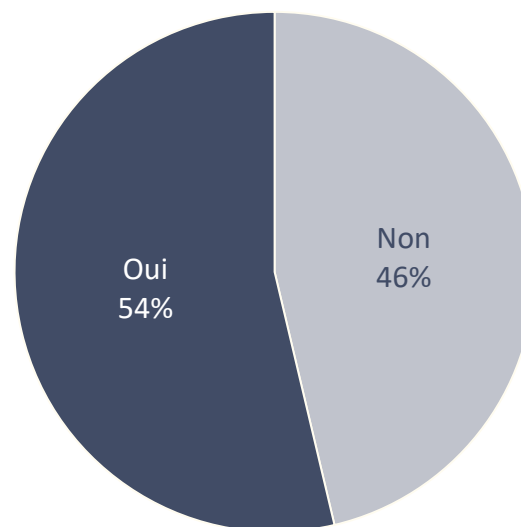
Motivations à visiter le canton

Les éléments qui incitent à visiter le canton de Fribourg



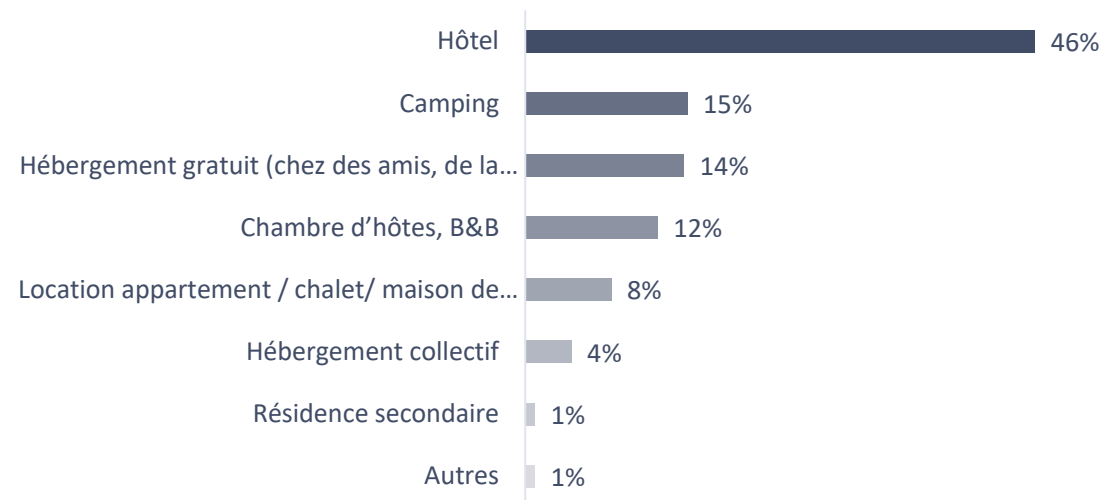
Hébergement

Séjour dans un hébergement dans le canton de Fribourg



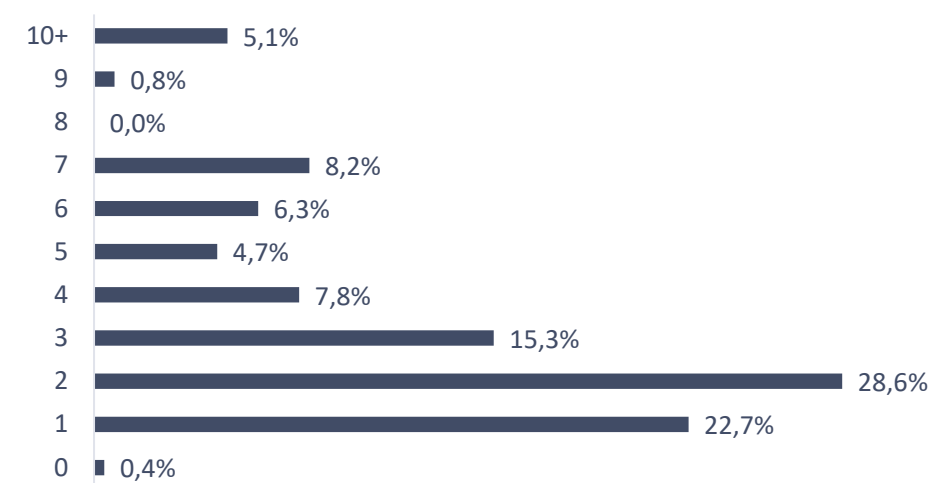
Le type d'hébergement

Le type d'hébergement



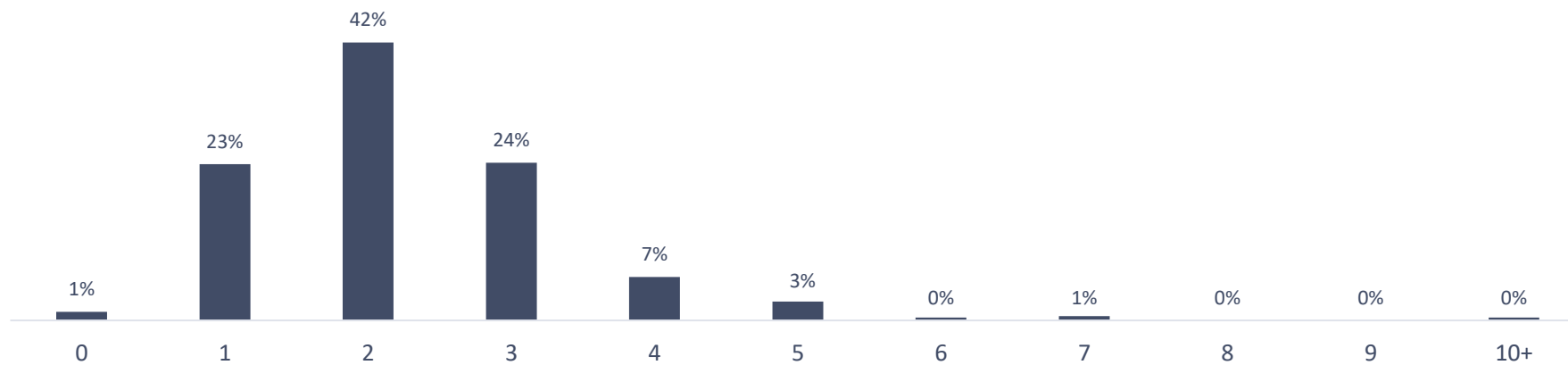
Nombre moyen de nuit

Nombre de nuit dans le canton de Fribourg

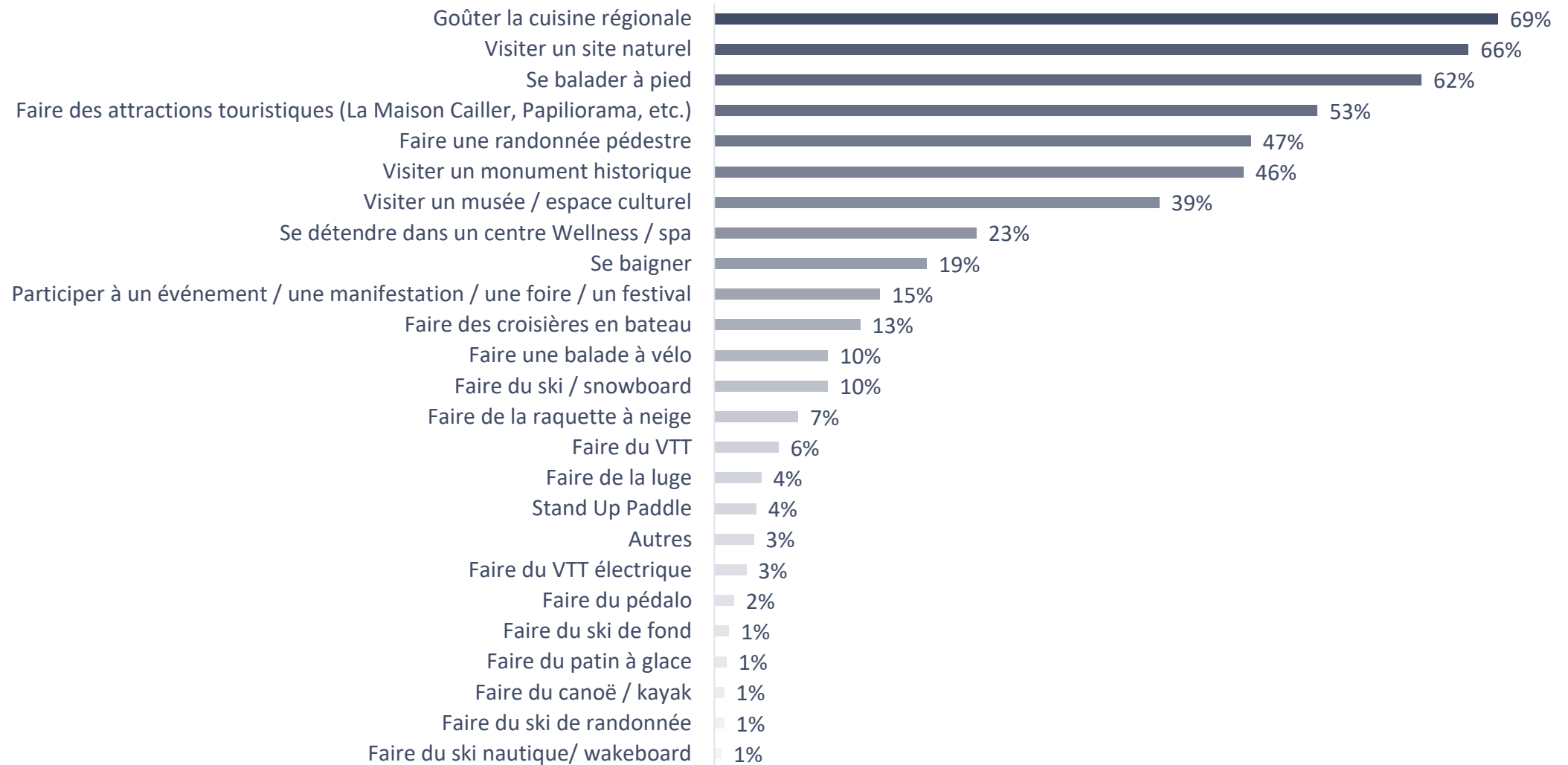


Activités réalisées

Nombre moyen des activités touristiques effectuées par jour



Activités réalisées lors d'un séjour

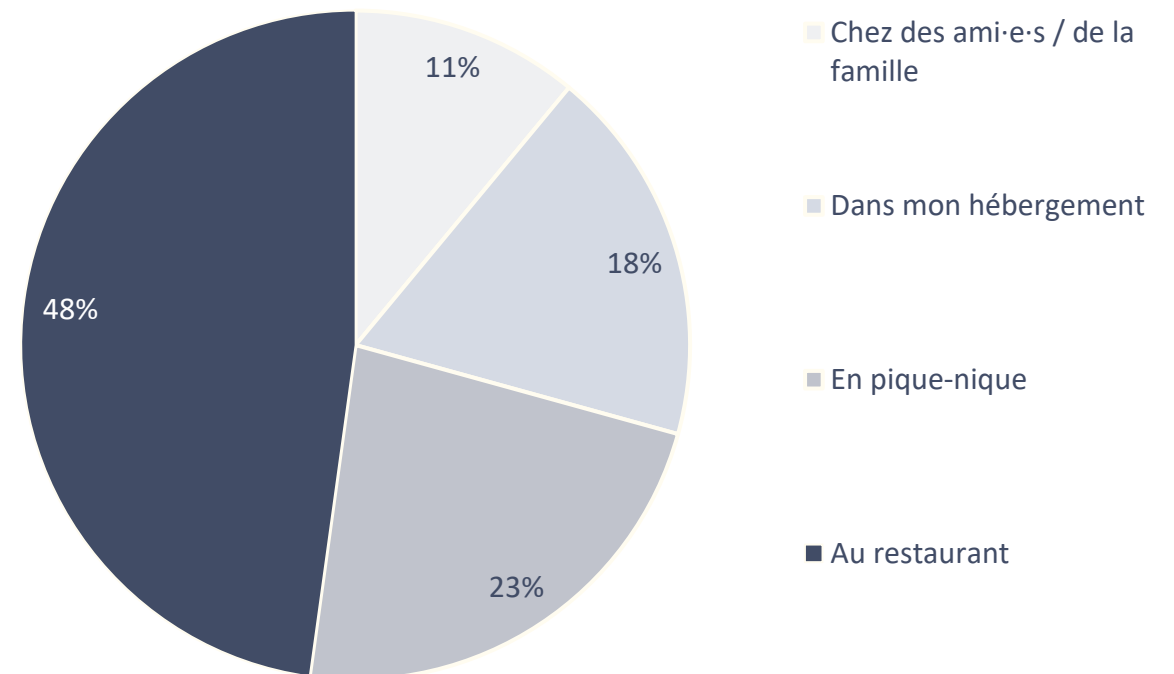


Restauration

Nombre de repas pris lors d'un séjour

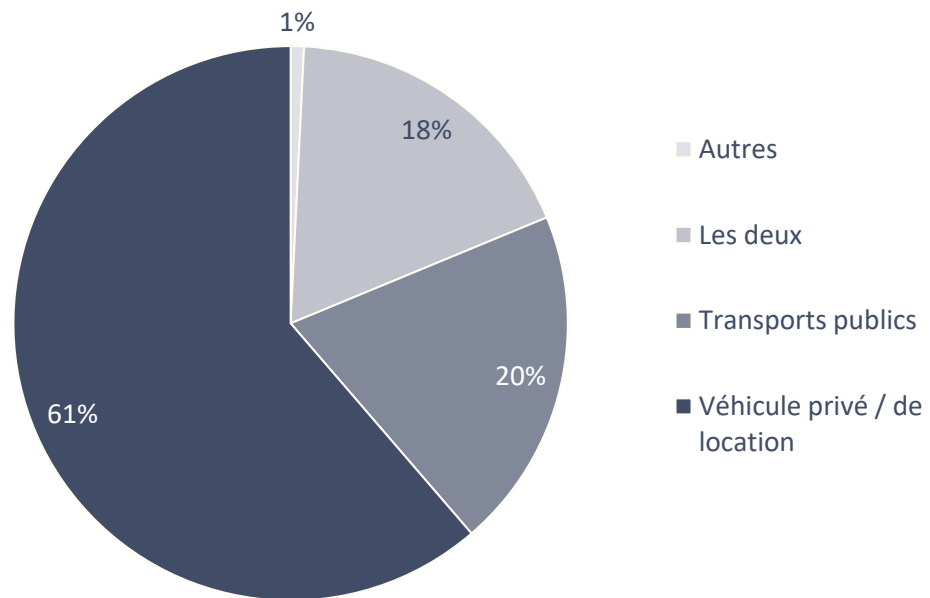
Majoritairement
entre **1** et **2**
repas pris lors d'un séjour.

Lieux des repas

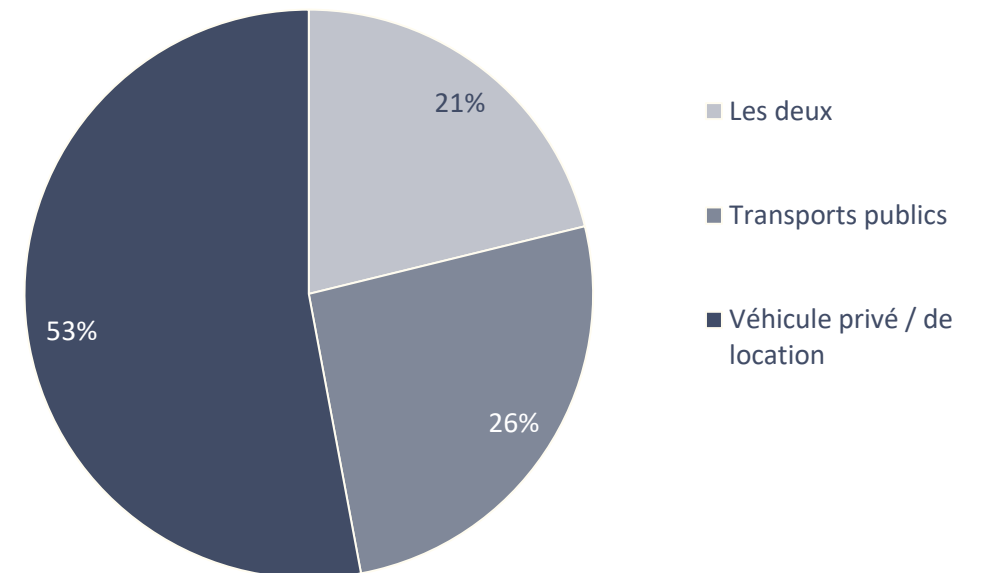


Moyens de transport

Moyens de transport utilisé pour se rendre

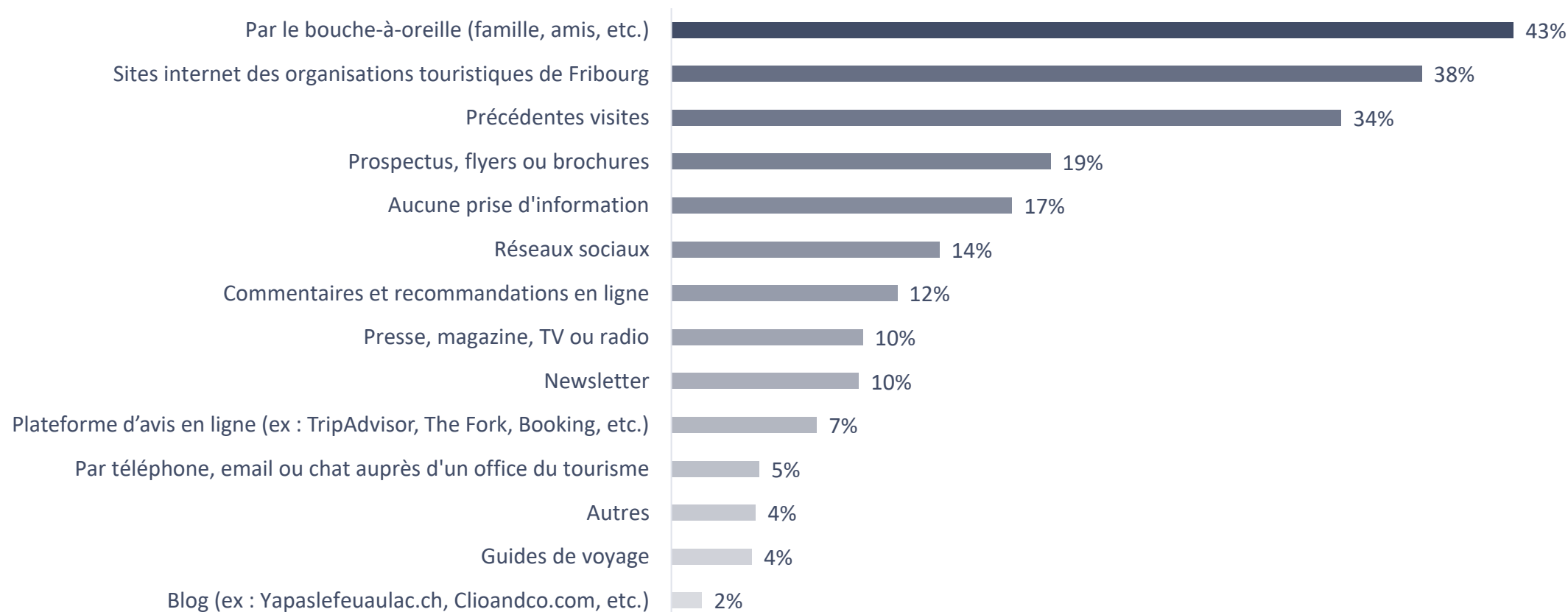


Moyens de transport utilisé pendant un séjour / visite



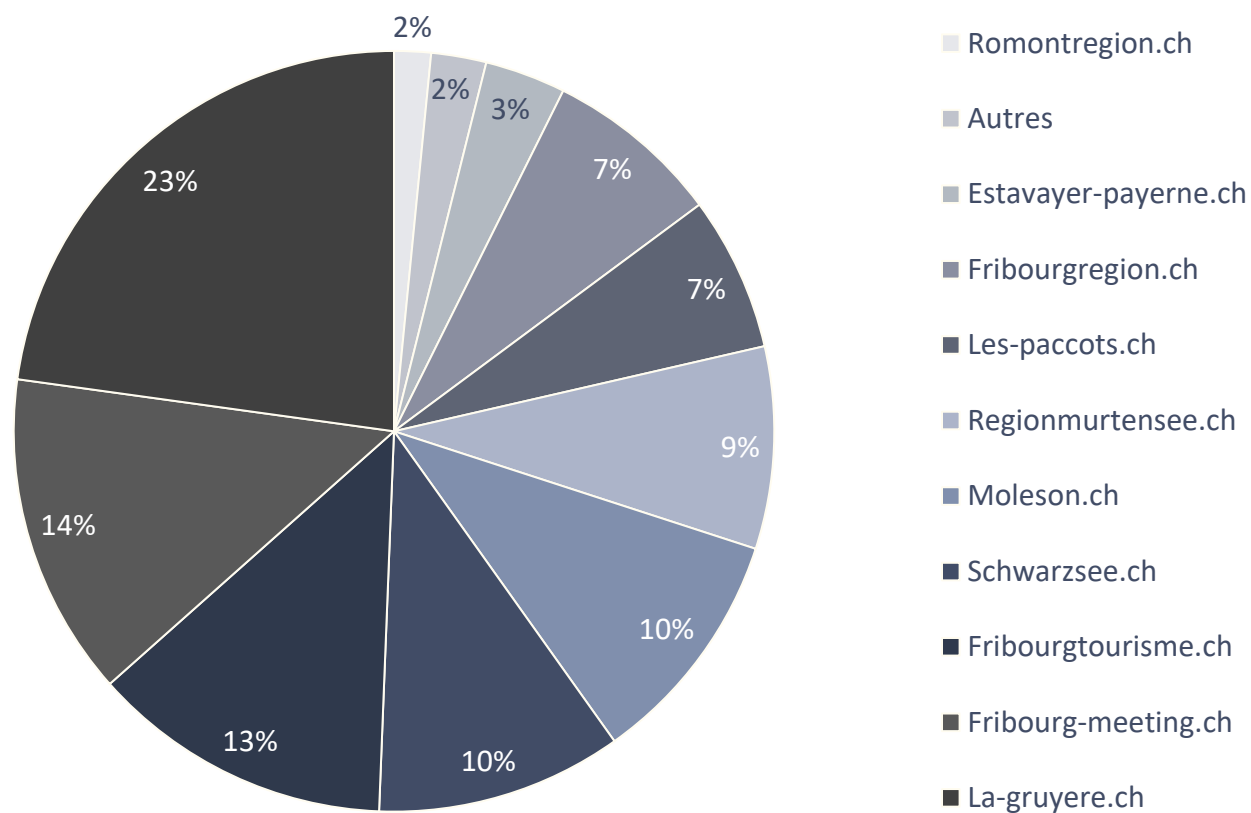
Recherches

Moyens de renseignement avant un départ



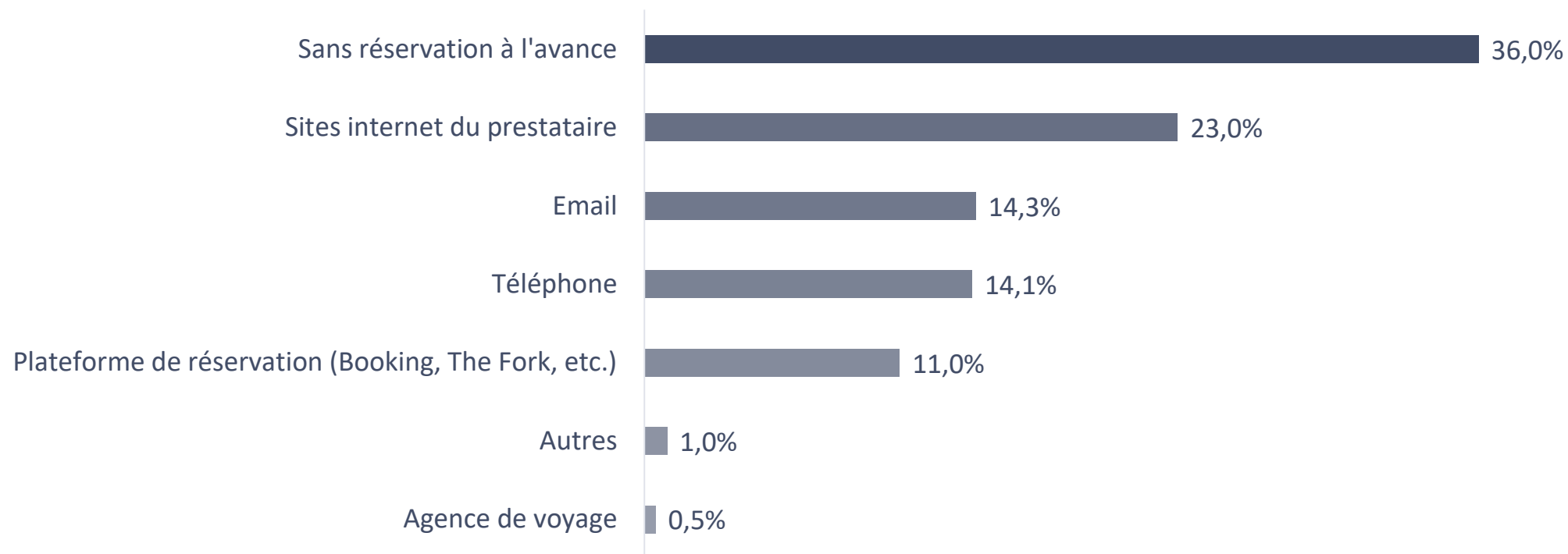
Recherches

Les sites internet des offices du tourisme de Fribourg



Réservation

La manière d'effectuer les réservations

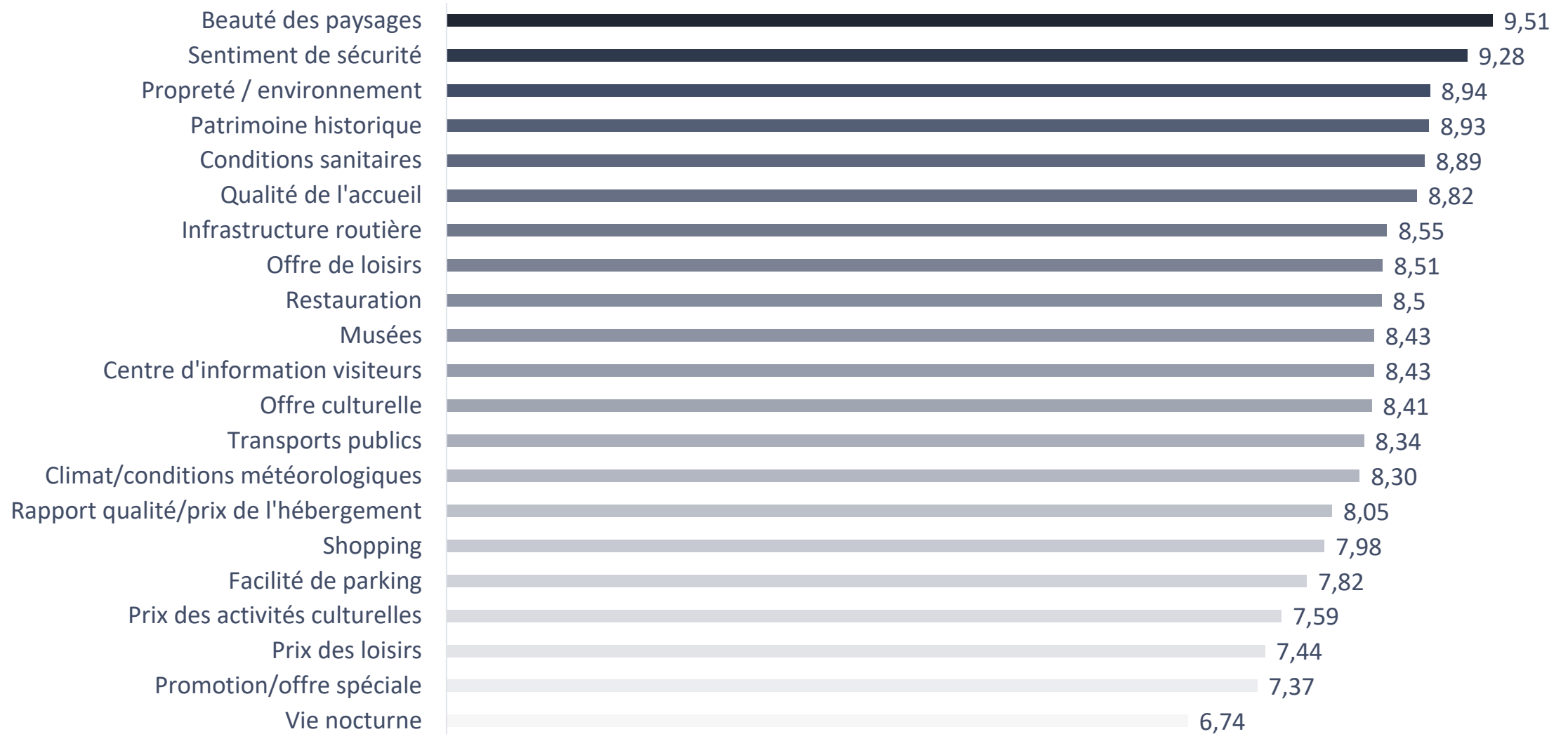


Satisfaction

Satisfaction du séjour

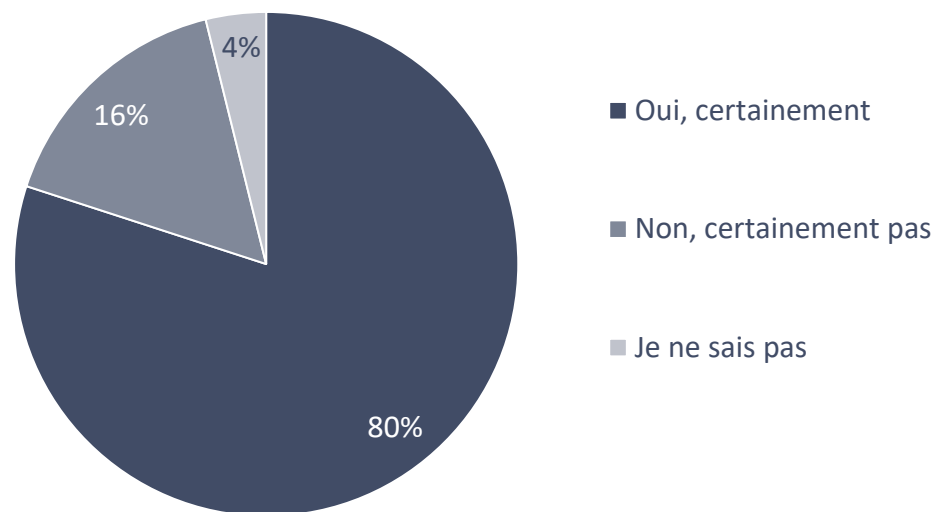


Classement de satisfaction de différents éléments

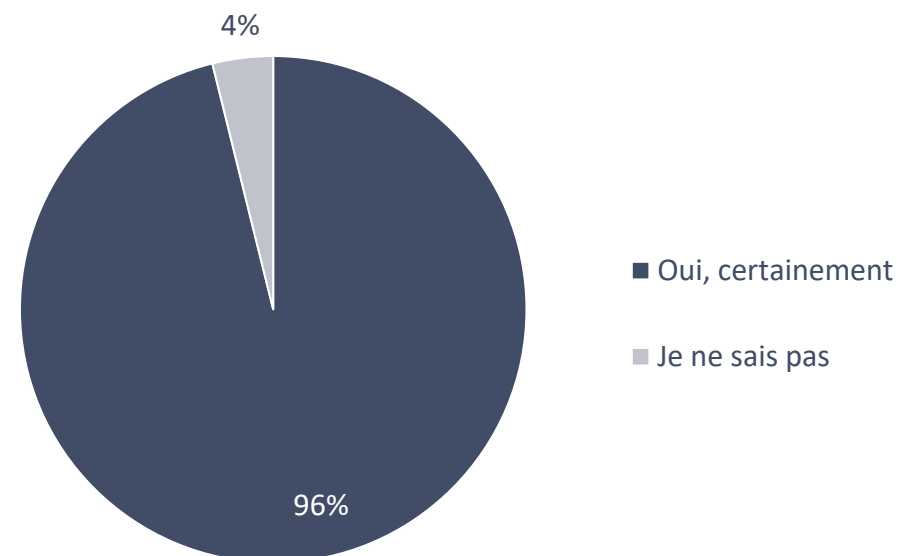


Satisfaction

Visiter / séjourner à nouveau le canton de Fribourg

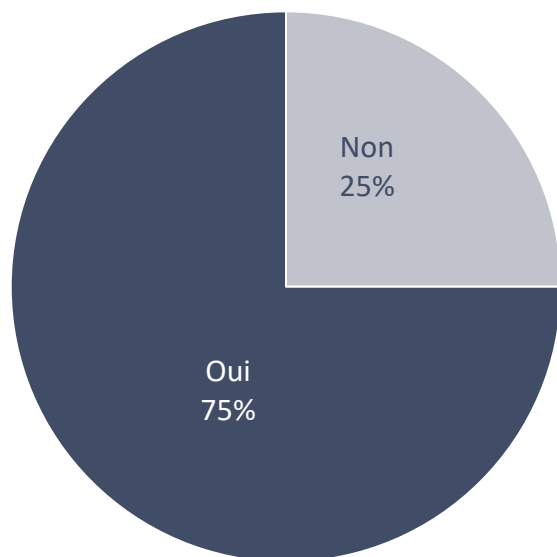


Répartition des répondants recommandant à leur entourage de visiter le canton de Fribourg



Visite d'autres régions

Visité d'autres régions



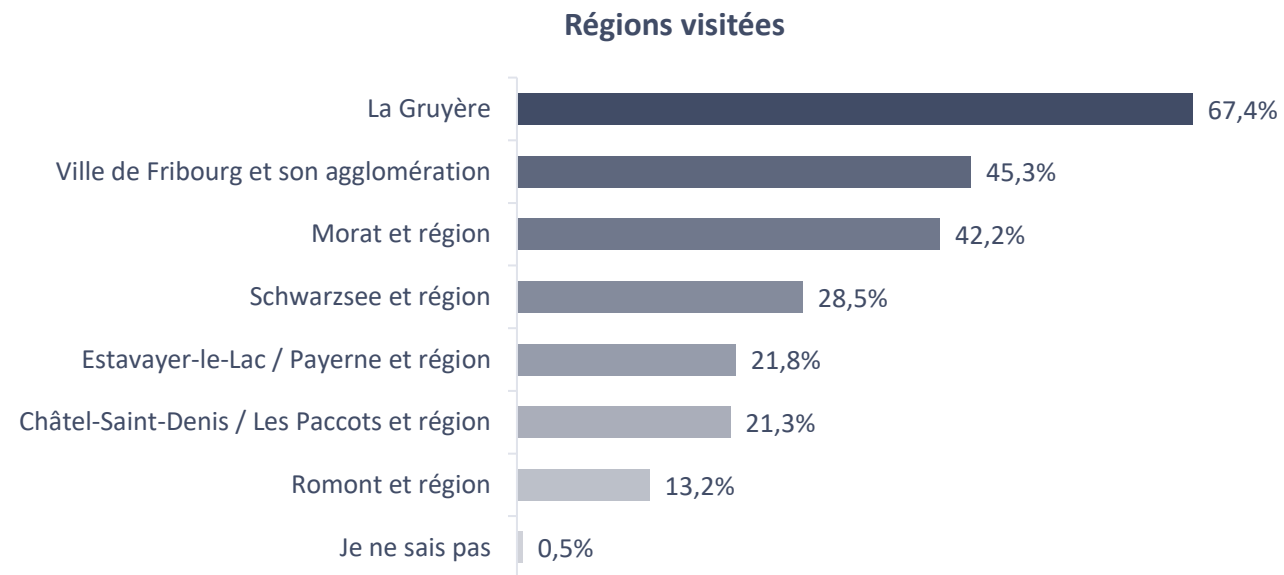
Régions visitées



Régions visitées

Les visiteurs favorisent La Gruyère (67.4%), Fribourg (45.3%) et Morat (42.2%) (par ordre de préférence).

Tandis que les destinations d'Estavayer-le-Lac, Châtel-Saint-Denis ou encore Romont sont plus rarement visitées.



	La Gruyère	Fribourg	Morat
Motivation de visite	Activité à faire avec des enfants, proximité, découverte de la région et ses paysages, découverte du village de Gruyères, de l'histoire, du château dans son ensemble et le paysage	La curiosité, l'envie de développer leur connaissance, la découverte et la possibilité de faire une activité avec des enfants, la proximité, l'intérêt pour les lieux culturels et historiques	La découverte de la ville et de la région, la beauté de la ville, le lac et le tourisme pédestre, la possibilité de faire découvrir la faune et les papillons aux enfants
Cadre	Loisirs	Loisirs et excursion	Loisirs
Comportement	Personnes curieuses, admiratives, prennent des photos et qui donnent de l'importance à l'expérience	Les visiteurs semblaient enthousiastes et profitaient des éléments interactifs. Ils prennent passablement de photos, parlent peu et discutent entre eux à voix basse. Peu utilisent l'audio guide	Visiteurs émerveillés qui contemplaient la faune en liberté mais qui lisaient très peu les textes explicatifs
Visiteurs	Surtout des groupes d'amis entre 2 à 3 personnes, des familles et des couples âgés de plus de 40 ans	Des jeunes et des couples âgés, des familles avec des enfants et des groupes d'amis	Des enfants entre 6 et 13 ans accompagnés de leurs parents ou grands-parents, des couples et des groupes d'amis
Éléments affectant la satisfaction	<ul style="list-style-type: none"> la qualité de l'accueil l'accessibilité aux informations de manière complète la beauté des paysages, du lieu les activités pour les enfants le sentiment de sécurité le fait de ne pas avoir à faire de queue pour visiter un endroit 	<ul style="list-style-type: none"> la facilité d'accès et la proximité la qualité de l'accueil et des explications la découverte la beauté de la ville les visites la possibilité de faire des randonnées la possibilité de flâner 	<ul style="list-style-type: none"> les parcours de randonnées la qualité de l'accueil la qualité des infrastructures le contenu la visite de lieux intéressants avec une histoire les activités pour les enfants le fait de passer des bons moments en famille la gastronomie l'afflux de visiteurs

	Schwarzee et région	Estavayer-le-Lac / Payerne et région
Motivation de visite	La proximité du lieu, la beauté de la région, les randonnées, la possibilité de monter en télésiège et le fait que le lieu soit accessible aux enfants	La découverte de la ville d'Estavayer-le-Lac, les sorties entre amis, la beauté du lieu, la nature, le lac, les activités aquatiques, la proximité et la facilité d'accès, l'intérêt pour l'architecture et les monuments historiques
Cadre	Loisirs	Loisirs
Comportement	Les visiteurs prennent passablement de photos, ils sont admiratifs du paysage	Les visiteurs sont curieux et montrent de l'intérêt. Ils portent moins d'intérêt pour les panneaux et prennent peu de photos
Visiteurs	Des familles avec des enfants, des couples	En couple, en famille ou entre amis
Éléments affectant la satisfaction	<ul style="list-style-type: none"> la facilité d'accès et la proximité la possibilité de faire des randonnées la beauté des paysages les activités pour les enfants les sports de sensation 	<ul style="list-style-type: none"> la possibilité de passer un bon moment la possibilité de faire des randonnées la possibilité de flâner la découverte les visites la qualité de l'accueil la propreté des lieux la qualité des installations les activités pour les enfants la gastronomie la beauté du paysage, du lieu

	Châtel-St-Denis / Les Paccots et région	Romont
Motivation de visite	Les paysages, la randonnée, une occasion de rendre visite à des proches, la découverte de la région, la proximité du lieu et la gastronomie	Intérêt pour les vitraux et l'artisanat du verre, la découverte de nouvelles choses, la proximité, la curiosité, l'envie d'apprendre ainsi que la possibilité de partager du temps en famille
Cadre	Loisirs	Loisirs
Comportement	Les visiteurs dégagent peu d'émotions et ne prennent pas de photos	Les visiteurs étaient admiratifs et émerveillés. Ils étaient plutôt calmes et silencieux, prenaient peu de photos à l'intérieur
Visiteurs	Âgés de plus de 50 ans et viennent en couple ou seul	Des couples retraités, des couples de la catégorie 35 à 45 ans des familles avec des enfants de plus de 12 ans
Éléments affectant la satisfaction	<ul style="list-style-type: none"> la facilité d'accès et la proximité la beauté et la qualité des sentiers la beauté des paysages la qualité de l'accueil le service et gentillesse du personnel la gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> la randonnée la gastronomie

Accompagnement

De nombreux visiteurs voyagent en couple et avec un ou des enfants.

Entre 36 et 55 ans

Il est plus fréquent de visiter le canton avec un ou des enfant·s en comparaison aux autres tranches.

Régions visitées

Les régions les plus visitées dans le canton pour toutes les tranches d'âge est la **Gruyère**.

Entre 18 et 45 ans

La ville de Fribourg et son agglomération est la deuxième région la plus visitée.

Entre 46 et 65+

Morat et région est la deuxième région la plus visitée.

Facteurs de choix pour une destination de vacances

Premiers facteurs de choix :

- La beauté des paysages
- La propreté / environnement
- Le rapport qualité / prix de l'hébergement et l'offre de loisirs

Facteur particulièrement important

Entre 18 et 55 ans

- L'offre de loisirs

Entre 56 et 65+

- Patrimoine historique

Quel que soit l'âge, ce sont les **attraits naturels du canton**, notamment le **climat**, les **paysages**, les **lacs** et les **montagnes**, qui constituent les facteurs principaux motivant une visite.

JEUNE ADULTES

(18-35 ans)

Profil

- Domiciliés en Suisse (cantons limitrophes)

Informations

- Renseignement : bouche-à-oreille
- En couple ou avec des amis
- Ne séjourne pas sur Fribourg
- 1/2 prend ses repas au restaurant
- 1/2 utilise les transports publics
- Font partie des plus actifs sur les réseaux sociaux

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Fribourg
- Intérêt pour l'offre de loisirs
- Privilégient la gastronomie et les balades à pied aux visites de sites naturels
- Prix jugé important

SENIORS

(65+ ans)

Profil

- Domiciliés majoritairement en Suisse

Informations

- Renseignement : site organisation touristiques
- En couple ou seuls ou en groupe
- 1/2 séjourne sur Fribourg
- Repas : restaurant
- Activité sur les réseaux sociaux très faible

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Morat
- Intérêt particulier pour visites de monuments historiques
- Peu d'intérêt pour les activités sportives, à l'exception de la randonnée
- Prix pas jugé important

SPORTS DE MARCHÉ

(45+ ans)

Profil

- Randonnée, raquette à neige
- Domicilié à Berne, canton de Vaud et Fribourg

Informations

- Renseignement : site organisations touristiques
- En couple mais aussi avec des enfants
- Véhicule privé et transports publics
- Séjourne sur Fribourg (max.3 nuits)
- Repas : restaurant ou pique-nique

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Morat
- Apprécient la proximité de la région de Fribourg
- Intérêt particulier pour les attraits naturels et culturels
- Rapport qualité/prix de l'hébergement important

SPORTS DE GLISSE

(35-55 ans)

Profil

- Ski, snowboard, luge, patin
- Domicilié à Fribourg, Berne et canton de Vaud

Informations

- Renseignement : bouche-à-oreille
- En couple mais aussi avec des enfants
- Véhicule privé
- Ne séjourne pas sur Fribourg
- Repas : restaurant, pique-nique ou chez des amis

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Morat
- Accordent de l'importance aux services et aux infrastructures touristiques
- Proximité de la région importante
- Rapport qualité/prix de l'hébergement important

VÉLO

(35-55 ans)

Profil

- Balade à vélo, VTT
- Domiciliés en Suisse
- Majoritairement de Fribourg, ainsi que de Berne et du canton de Vaud

Informations

- Renseignement : site organisation touristiques et bouche-à-oreille
- Réservation via site web ou mail
- En couple mais aussi avec des enfants
- Véhicule privé pour se rendre dans la région
- 1/2 utilise les transports publics sur place
- Séjourne sur Fribourg
- Repas : restaurant ou pique-nique

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Morat
- Attirés par les aspects naturels et culturels
- Accordent de l'importance aux services et aux infrastructures touristiques
- Rapport qualité/prix de l'hébergement important

ACTIVITÉS NAUTIQUES

(35+ ans)

Profil

- Stand-up paddle, le ski nautique, le canoë, le pédalo, les croisières et les baignades
- Domiciliés en Suisse

Informations

- Renseignement : site organisation touristiques et bouche-à-oreille
- En couple mais aussi avec des enfants
- Véhicule privé pour se rendre dans la région
- 1/2 utilise les transports publics sur place
- Ne séjourne pas sur Fribourg
- Repas : restaurant ou pique-nique

Motivations et attentes

- Privilégient La Gruyère et Morat
- Rapport qualité/prix de l'hébergement important

ATTRACTIONS TOURISTIQUES

(45+ ans)

Profil

- Visitent la Maison Cailler, Gruyère, etc.
- Domiciliés en Suisse
- Majoritairement de Fribourg, Berne, Zürich et du canton de Vaud

Informations

- Renseignement : site organisation touristiques et bouche-à-oreille
- En couple mais aussi avec des enfants
- Véhicule privé pour se rendre dans la région
- 1/2 utilise les transports publics sur place
- Séjourne sur Fribourg (max. 2 nuits)
- Repas : restaurant

Motivations et attentes

- Privilégient la ville de Fribourg à Morat
- Intérêt pour l'offre de loisirs
- Rapport qualité/prix de l'hébergement important

Recommandations

20



Recommandations formulées pour le développement du tourisme dans le canton de Fribourg.

5

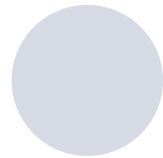
Axes d'améliorations potentiels

- Satisfaction
- Renseignement
- Offre
- Promotion
- Moyens de transport

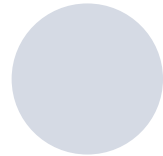
Satisfaction

-  Inciter les touristes à publier des photos et des vidéos sur les réseaux sociaux pendant ou après leur séjour.
-  Inciter les touristes à émettre un avis client après leur séjour.
-  Promouvoir les éléments dont les touristes retirent une satisfaction élevée.
-  Améliorer les différents éléments présentant un taux de satisfaction bas auprès des touristes.

Renseignement



Disposer de plus de points d'information physiques et mobiles.






Disposer de collaborateurs ayant des connaissances de la langue allemande dans les organismes de prestations.




Offre

- Développer des offres pour le VTT, pour le ski et d'excursions en bateau.
- Accroître l'offre d'hébergement.
- Développer des offres adaptées à des visiteurs voyageant en couple et avec un/des enfant·s.
- Développer des offres tactiles spécifiques aux aveugles.




Promotion

-  Promouvoir l'offre d'hébergement en hôtel.
-  Promouvoir les attraits naturels, notamment le climat, les paysages, les lacs et les montagnes.
-  Promouvoir les attraits culturels et touristiques ainsi que la gastronomie régionale.

Promotion

-  Promouvoir la destination aux cantons limitrophes à Fribourg.
-  Promouvoir la destination aux marchés français et allemand.
-  Promouvoir les lieux touristiques du canton de Fribourg à travers des communications « tout-ménage ».

Moyens de transport

-  Mettre en avant les aspects tels que la convivialité et le respect de l'environnement pour les transports publics.
-  Trouver des alternatives de parkings pour les visiteurs venant en véhicule privé/location.
-  Poursuivre le développement des offres en transports publics.

Feuille de route

Évaluation de la faisabilité des recommandations

La compatibilité des recommandations avec le fonctionnement actuel sera évaluée.

Prise de position, priorisation et validation

Les actions à mettre en place seront validées et priorisées par les personnes et organes compétents.

Plan d'action

Définition d'un plan d'action.

**Implémentatio
n**

La mise en place des projets d'optimisation.

Clause de confidentialité

M&BD Consulting SA

Avenue d'Ouchy 4
1006 Lausanne

Rue de Cornavin 11
1201 Genève

+41 22 575 33 77
www.mbdconsulting.ch
info@mbdconsulting.ch

Ce document a été rédigé par M&BD Consulting SA et ne doit pas être copié, modifié, offert, vendu ou transmis à un tiers de toute autre manière, sans l'accord de M&BD Consulting SA. Nonobstant la volonté d'exposer les faits avec exactitude et de garantir l'équilibre et la compréhension des avis figurant, le but de ce document n'est pas de fournir une présentation exhaustive. Il sert d'introduction sommaire aux affaires de M&BD Consulting SA. Lorsque le document indique que les informations et statistiques proviennent d'une source externe, on ne saurait considérer que M&BD Consulting SA a contrôlé l'exactitude de ces informations et statistiques ni qu'elle les a approuvées. Ni M&BD Consulting SA ni ses directeurs, cadres, collaborateurs et consultants, ni aucune autre personne, ne répondent d'un éventuel dommage, direct ou indirect, qui résulterait de l'utilisation des informations précitées. Les faits et informations contenus dans le présent document qui se rapportent à des services, des tendances ou à des situations de marchés correspondent à l'état actuel des données disponibles sans recherche déraisonnable. A l'avenir des modifications sont possibles. Ni M&BD Consulting SA, ni ses directeurs, cadres, collaborateurs et consultants, ni aucune autre personne, ne fournissent de garantie, expresse ou tacite, quant à l'exactitude ou à l'exhaustivité des informations contenues dans le présent document. Ni M&BD Consulting SA, ni ses directeurs, cadres, collaborateurs et conseillers, ni aucune autre personne, ne répondent d'un éventuel dommage, direct ou indirect, qui résulterait de l'utilisation du présent document. Le présent document contient des déclarations concernant M&BD Consulting SA qui sont orientées vers l'avenir et qui comportent certains risques et incertitudes. Le lecteur doit être conscient du fait que de telles déclarations constituent des pronostics qui peuvent s'écarter sensiblement de l'évolution et des résultats réels. Toutes les déclarations orientées vers l'avenir se fondent sur les données dont M&BD Consulting SA dispose au moment de la rédaction du présent document. Tous les commentaires et informations figurant dans le présent document (y compris dans d'éventuelles annexes) n'ont pas pour but de contourner des inconvénients et/ou sanctions qui résulteraient de lois nationales et/ou d'une convention internationale ; ils ne doivent pas non plus être utilisés à cette fin. Les données figurant dans le présent document ne sont pas assimilables à une offre de M&BD Consulting SA. Une relation contractuelle ne saurait se nouer que sur la base d'une offre juridiquement contraignante conformément aux documents d'un contrat de mandat ou de conseil valable et aux conditions stipulées dans celui-ci.

SITUATION DU TOURISME FRIBOURGEOIS

ÉVOLUTION 2019-2022

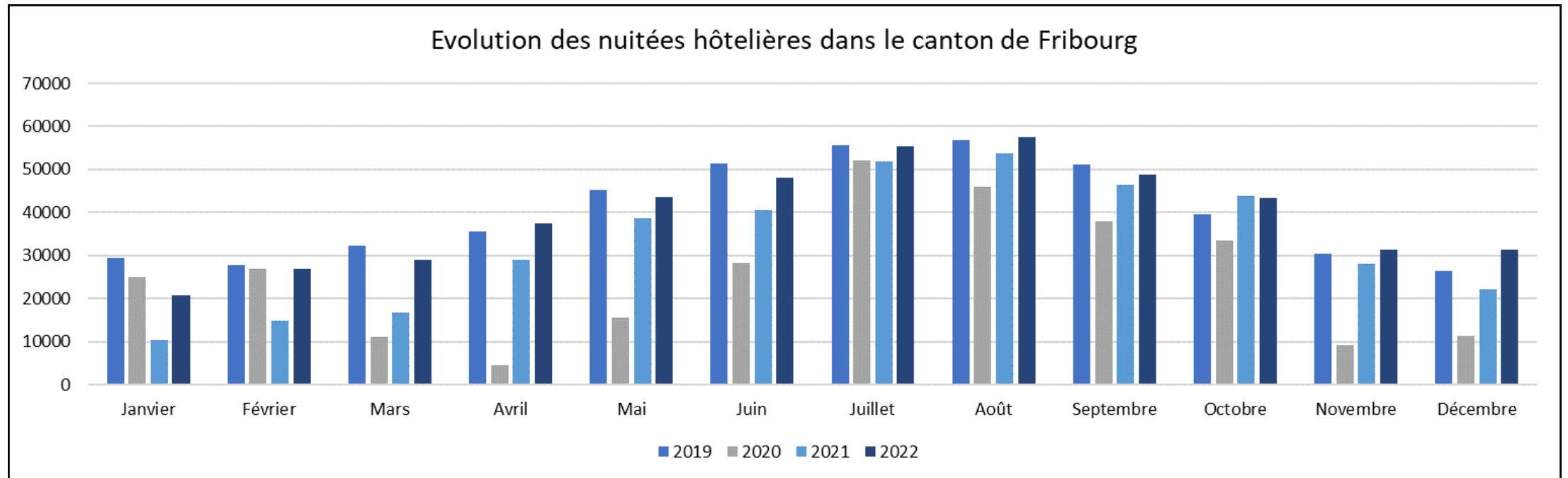


ÉVOLUTION DES NUITÉES HÔTELIÈRES DU CANTON 2019-2022

Mois / Années	2019	2020	2021	2022	%(19-20)	%(20-21)	%(19-21)	%(21-22)	%(19-22)
Janvier	29 366	25 107	10 315	20 785	-15%	-58.9%	-64.9%	101.5%	-29.2%
Février	27 875	26 831	14 828	26 993	-4%	-44.7%	-46.8%	82.0%	-3.2%
Mars	32 402	11 174	16 826	29 089	-66%	50.6%	-48.1%	72.9%	-10.2%
Avril	35 684	4 517	28 963	37 407	-87%	541.2%	-18.8%	29.2%	4.8%
Mai	45 202	15 610	38 726	43 518	-65%	148.1%	-14.3%	12.4%	-3.7%
Juin	51 491	28 327	40 628	48 017	-45%	43.4%	-21.1%	18.2%	-6.7%
Juillet	55 546	52 092	51 802	55 479	-6%	-0.6%	-6.7%	7.1%	-0.1%
Août	56 730	45 887	53 748	57 443	-19%	17.1%	-5.3%	6.9%	1.3%
Septembre	51 146	37 927	46 410	48 765	-26%	22.4%	-9.3%	5.1%	-4.7%
Octobre	39 495	33 393	43 896	43 355	-15%	31.5%	11.1%	-1.2%	9.8%
Novembre	30 466	9 215	28 150	31 373	-70%	205.5%	-7.6%	11.4%	3.0%
Décembre	26 496	11 244	22 237	31 415	-58%	97.8%	-16.1%	41.3%	18.6%
Total	481 899	301 324	396 529	473 639	-37%	31.6%	-17.7%	19.4%	-1.7%

Source : OFS

ÉVOLUTION DES NUITÉES HÔTELIÈRES DU CANTON 2019 - 2022



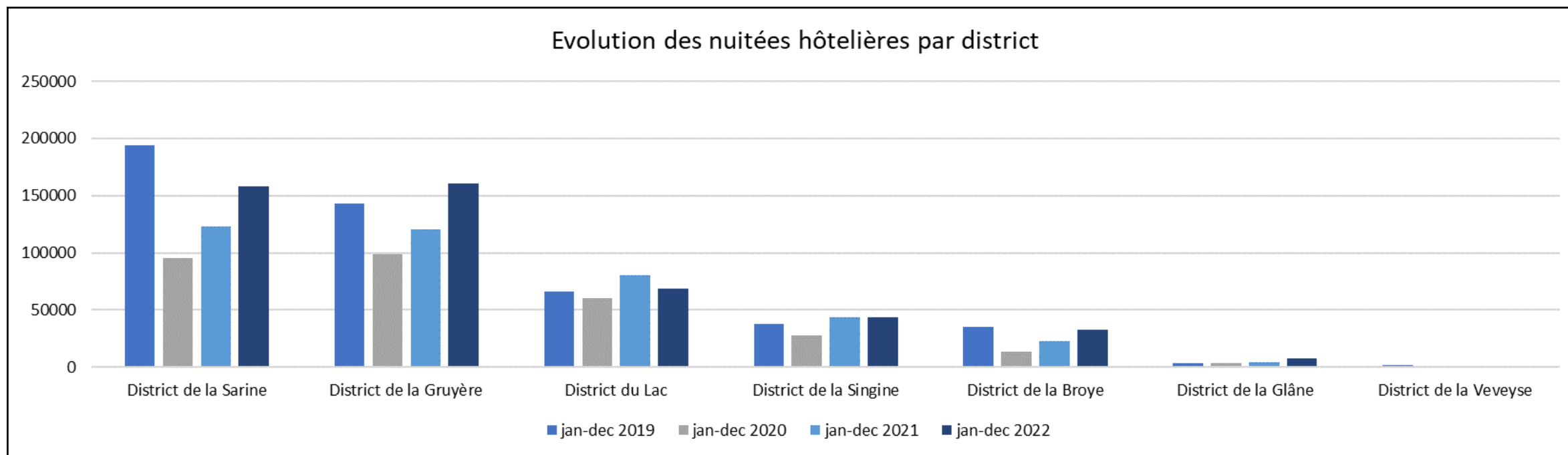
Source : OFS

ÉVOLUTION DES NUITÉES HÔTELIÈRES PAR DISTRICT 2019-2022

Districts / Années	jan-dec 2019	jan-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2022	%(19-20)	%(20-21)	%(19-21)	%(21-22)	%(19-22)
District de la Sarine	194397	95 094	123 165	158 331	-51%	29.5%	-36.6%	28.6%	-18.6%
District de la Gruyère	143277	98 676	120 890	160 915	-31%	22.5%	-15.6%	33.1%	12.3%
District du Lac	65913	60 714	80 314	68 911	-8%	32.3%	21.8%	-14.2%	4.5%
District de la Singine	38106	27 994	43 752	43 650	-27%	56.3%	14.8%	-0.2%	14.5%
District de la Broye	34901	13 647	22 900	33 017	-61%	67.8%	-34.4%	44.2%	-5.4%
District de la Glâne	3387	3 939	4 117	7 551	16%	4.5%	21.6%	83.4%	122.9%
District de la Veveyse	1918	1 260	1 391	1 264	-34%	10.4%	-27.5%	-9.1%	-34.1%

Source : OFS

ÉVOLUTION DES NUITÉES HÔTELIÈRES PAR DISTRICT 2019-2022



Source : OFS

ÉVOLUTION PROVENANCE DES NUITÉES HÔTELIÈRES 2019-2022

PROVENANCE DES HÔTES					ÉVOLUTION					PARTS AU TOTAL			
	2019	2020	2021	2022	2019-2020	2020-2021	2019-2021	2021-2022	2019-2022	2019	2020	2021	2022
Suisse*	301 820	243 758	318 605	348 606	-19.2%	30.7%	5.6%	9.4%	15.5%	62.6%	80.9%	80.3%	73.6%
France*	38 299	20 970	26 435	35 543	-45.2%	26.1%	-31.0%	34.5%	-7.2%	7.9%	7.0%	6.7%	7.5%
Allemagne*	33 909	12 111	17 732	24 949	-64.3%	46.4%	-47.7%	40.7%	-26.4%	7.0%	4.0%	4.5%	5.3%
Italie	14 769	4 247	5 889	8 242	-71.2%	38.7%	-60.1%	40.0%	-44.2%	3.1%	1.4%	1.5%	1.7%
Espagne*	8 620	1 330	3 525	6 787	-84.6%	165.0%	-59.1%	92.5%	-21.3%	1.8%	0.4%	0.9%	1.4%
USA	10 379	1 611	2 392	6 726	-84.5%	48.5%	-77.0%	181.2%	-35.2%	2.2%	0.5%	0.6%	1.4%
Pays-Bas	5 151	2 325	2 084	5 206	-54.9%	-10.4%	-59.5%	149.8%	1.1%	1.1%	0.8%	0.5%	1.1%
Belgique	5 022	2 101	2 128	4 443	-58.2%	1.3%	-57.6%	108.8%	-11.5%	1.0%	0.7%	0.5%	0.9%
Royaume-Uni	8 886	1 219	1 209	3 706	-86.3%	-0.8%	-86.4%	206.5%	-58.3%	1.8%	0.4%	0.3%	0.8%
Chine**	8 734	233	325	915	-97.3%	39.5%	-96.3%	181.5%	-89.5%	1.8%	0.1%	0.1%	0.2%
Autres	51 332	13 520	18 333	32 959	-73.7%	35.6%	-64.3%	79.8%	-35.8%	10.7%	4.5%	4.6%	7.0%
Total étranger	180 079	57 566	77 924	125 033	-68.0%	35.4%	-56.7%	60.5%	-30.6%	37.4%	19.1%	19.7%	26.4%
Total général	481 899	301 324	396 529	473 639	-37.5%	31.6%	-17.7%	19.4%	-1.7%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

* Marchés travaillés par l'UFT

** Y compris Hongkong et Taiwan

Source : OFS

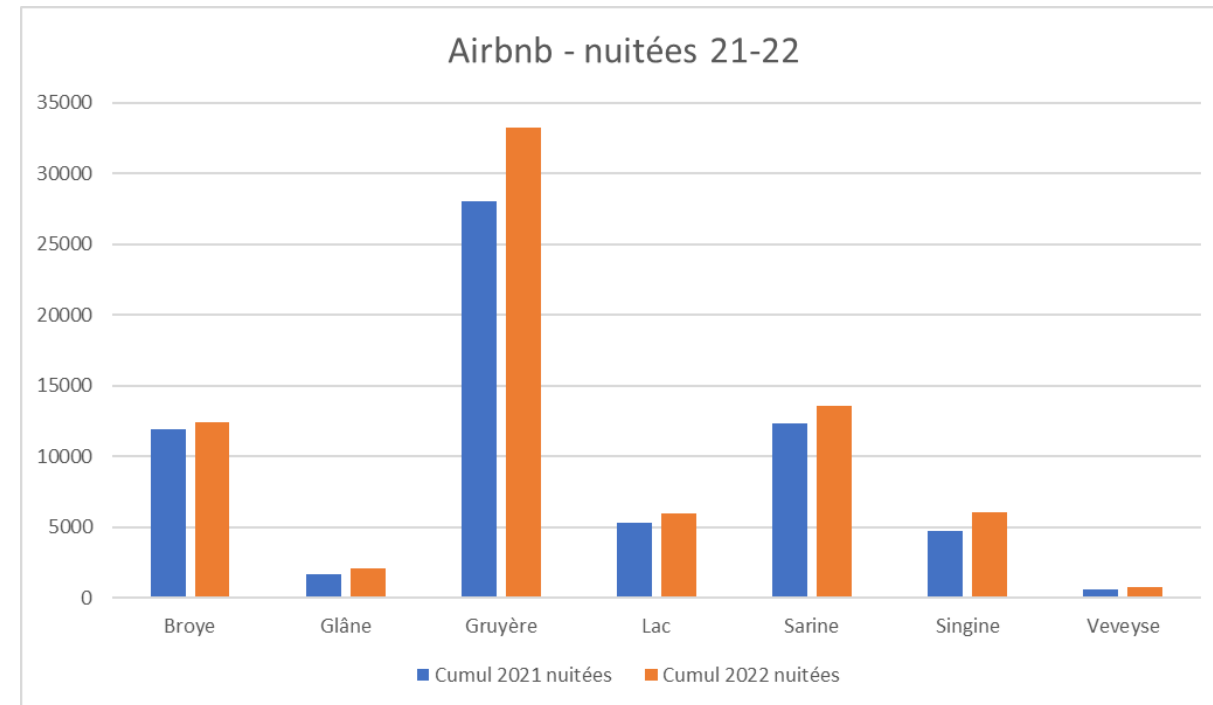
EVOLUTION DES NUITÉES PARAHÔTELLERIE COMMERCIALE 2019-2022

Parahôtellerie commerciale	2019	2020	2021	2022	2019-2020	2020-2021	2019-2021	2021-2022	2019-2022
Institutions à service hôtelier	88 988	102 782	125 543	165 235	15.5%	22.1%	41.1%	31.6%	85.7%
Hébergements collectifs	168 889	87 090	97 558	147 523	-48.4%	12.0%	-42.2%	51.2%	-12.7%
Campings (nuitées de passage)	49 799	61 915	72 917	71 718	24.3%	17.8%	46.4%	-1.6%	44.0%
Locations de chalets & appartements	42 718	37 248	42 339	45 304	-12.8%	13.7%	-0.9%	7.0%	6.1%
Total	350 394	289 035	338 357	429 780	-17.5%	17.1%	-3.4%	27.0%	22.7%

Source : Observatoire fribourgeois du Tourisme

ÉVOLUTION DES NUITÉES AIRBNB PAR DISTRICT 2021-2022

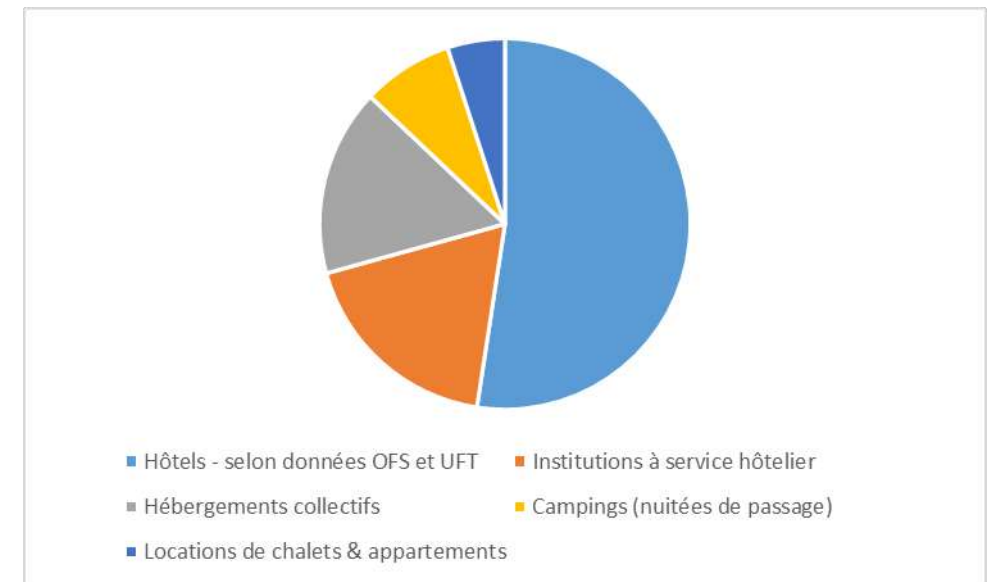
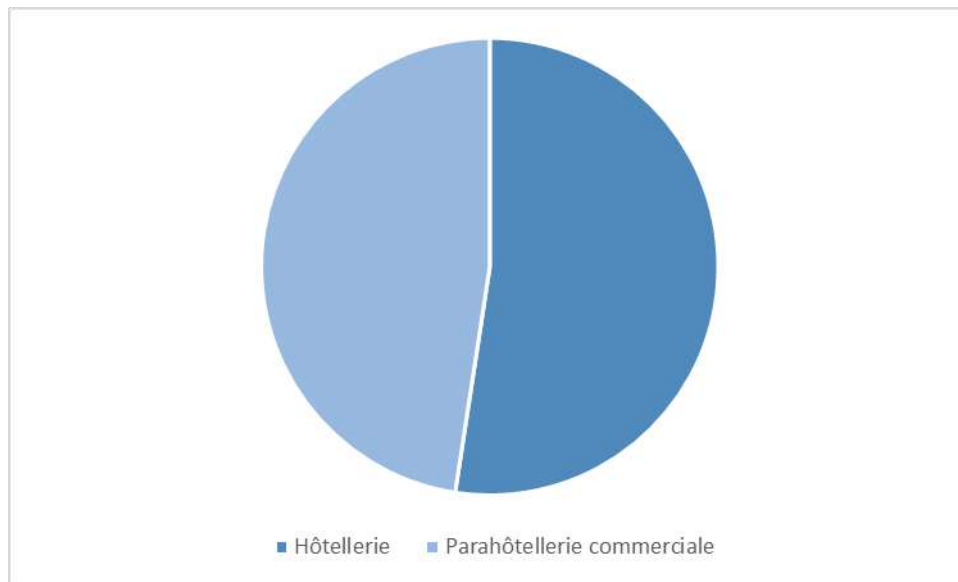
Districts	Cumul 2021 nuitées	Cumul 2022 nuitées	Évolution 21-22
Broye	11915	12456	4.54%
Glâne	1650	2126	28.85%
Gruyère	28035	33239	18.56%
Lac	5338	6004	12.48%
Sarine	12310	13588	10.38%
Singine	4768	6053	26.95%
Veveyse	623	789	26.65%
Total	64639	74255	14.88%



Source : Airbnb

TOTAL NUITÉES COMMERCIALES 2019-2022

Hôtellerie	2019	2020	2021	2022	2019-2020	2020-2021	2019-2021	2021-2022	2019-2022
Hôtels - selon données OFS et UFT	481 899	312 993	402 629	473 639	-35.1%	28.6%	-16.4%	17.6%	-1.7%
Parahôtellerie commerciale									
Total	2019	2020	2021	2022	2019-2020	2020-2021	2019-2021	2021-2022	2019-2022
Total	350 394	289 035	338 357	429 780	-17.5%	17.1%	-3.4%	27.0%	22.7%



Sources : Observatoire fribourgeois du Tourisme et OFS

FRÉQUENTATION MUSÉES, LIEUX DE VISITE ET ATTRACTIONS TOURISTIQUES 2019-2022

Attractions	VISITEURS				ÉVOLUTION	
	2019	2020	2021	2022	2021-2022	2019-2022
Maison Cailler, Broc	417 429	188 942	231 595	373 277	61.18%	-10.58%
Papiliorama, Kerzers	270 335	182 520	227 080	289 583	27.52%	7.12%
Les Bains de la Gruyère, Charmey	210 512	133 660	130 736	224 807	71.95%	6.79%
Château de Gruyères, Gruyères	162 646	93 376	117 306	163 618	39.48%	0.60%
La Maison du Gruyère, Pringy	181 912	63 597	79 456	152 395	91.80%	-16.23%
Musée d'histoire naturelle, Fribourg	65 349	24 767	40 906	59 496	45.45%	-8.96%
Musée HR Giger, Gruyères	46 887	35 560	40 854	51 114	25.11%	9.02%
Musée gruérien, Bulle	20 992	14 402	19 365	25 152	29.88%	19.82%
Museum Murten, Murten	19 818	12 914	10 918	20 467	87.46%	3.27%
Espace J. Tinguely - N. de St Phalle, Fribourg	19 916	10 829	17 404	18 999	9.16%	-4.60%
Musée d'Art et d'Histoire, Fribourg	14 654	6 673	9 533	18 149	90.38%	23.85%
Electrobroc, Broc	13 611	6 483	13 177	17 121	29.93%	25.79%
Cathédrale St-Nicolas, Fribourg	18 969	9 851	16 486	16 485	-0.01%	-13.10%
Vitromusée, Romont	17 011	7 737	11 563	16 329	41.22%	-4.01%
Musée Gutenberg, Fribourg	18 290	6 201	12 296	14 728	19.78%	-19.48%
Chemins de Fer du Kaeserberg, Fribourg	16 028	8 942	12 192	14 579	19.58%	-9.04%
Village lacustre, Gletterens	12 495	8 208	13 506	12 596	-6.74%	0.81%

Source : Observatoire fribourgeois du Tourisme

QUESTIONS ?

RÉPONSES

français

deutsch



français :

Légendes racontées par Dominique Pasquier inspirées des textes de l'ouvrage
Sous la banquette de la grue : Histoire et Légendes du Centre de Gruyère, Gotthold
Schmid, 1946, Edition Schwyzverlag, Fribourg.

1. Légende de Châlamais (R. Nidegger)
2. Légende de la Belle Lucie (G. Schmid)
3. Légende de Clémentine et Ulrich (M. Progin)

deutsch :

Märchen- und Sagen erzählt von Christian Schmutz basierend auf Geschichten des
Buches Märchen und Sagen aus dem Sesseland, German Kolly, 1965, Paulusverlag,
Fribourg im Lichtland.

1. Die Ankerhexe
2. Schwarz und weiss
3. Der Hütelä raubt ein Kind

english :

**VISITE DE
L'HOTEL D**

**VELÂDZO /
GARE DE
BULLE**



MERCI DE VOTRE ATTENTION

