

# LA GRUYÈRE TOURISME





Comité et Personnel	2
Comité de l'Association Touristique de la Gruyère	2
Membres invités	2
Personnel de La Gruyère Tourisme	2
Message de la Gruyère Tourisme	3
La Gruyère Tourisme	4
Remerciements Guillaume Schneuwly	4
Remerciements Elisabeth Seydoux	4
Information & Accueil	5
Déménagement à la nouvelle gare	6
Manifestations & Animations	6
La Billetterie	7
Qualité & Label Swisstainable	7
Actions Marketing	8
Publicité & Promotion	8
Sponsoring – Mathilde Gremaud	13
Actions ponctuelles	14
Site internet	15
Réseaux sociaux	16
Brochures	17
Divers	17
Passeport La Gruyère & autres offres	18
Sorties de groupes	19
Relations publiques	19
Soutien d'autres événements	20
Foires & Promotion	20
Statistiques	21
Nuitées	21
Attractions touristiques & Musées	22
Comptes	23
Rapport de l'organe de révision	25
Objectifs 2023	27
Marketing	27
Organisation – structures	27

# COMITÉ ET PERSONNEL



## Composition du comité de l'Association Touristique de la Gruyère

### M. Nicolas Wyssmueller

Président

### M. Pierre Lombardo

Représentant des communes du centre

### M. Patrick Perrottet

Représentant de la Société de Développement (SD) du Lac de La Gruyère

### M. Beat Buchs

Représentant des cafetiers-hôteliers de La Gruyère

### Mme Véronique Dey

Représentante des communes de l'Intyamon

### M. Christophe Mauron

Représentant de la SD de Bulle et environs

### Mme Marie-Chantal Pasquier

Représentante des communes de la Sionge

### M. Daniel Mooser

Représentant de la SD de Jaun

### Mme Sophie Moret

Représentant de la SD des 3C

## Membres invités

### M. Bruno Sturni

Représentant des remontées mécaniques

### Mme Marie-Noëlle Pasquier

Directrice Espace Gruyère

### M. Vincent Bosson

Préfet de La Gruyère

## Personnel de La Gruyère Tourisme



### M. Guillaume Schneuwly

Directeur (janvier-novembre) (100%)



### Mme Marta Flack

Directrice (dès novembre) (100%)



### Mme Aline Venetz

Directrice adjointe - Responsable Office du Tourisme de Gruyères (100%)



### Mme Aline Genoud

Collaboratrice administration et comptabilité (50%)



### Mme Nathalie Wicht

Assistante de direction (40%)



### Mme Stéphanie Kaniama

Responsable marketing (80%)



### Mme Satou Dosso

E-marketing manager (80%)



### Mme Mathilde Broch

Assistante marketing (60%)



### Mme Sylvie Droux-Clément

Responsable incoming-groupes (60%)



### Mme Jasmine Giller

Collaboratrice Office du Tourisme de Gruyères (100%)



### Mme Laure Favre

Responsable Office du Tourisme de Bulle (100%)



### Mme Elisabeth Seydoux

Collaboratrice Office du Tourisme de Bulle (60%)



### Mme Isabelle Doutaz

Responsable La billetterie (50%)



### Mme Aurélie Chaperon

Apprentie 2<sup>e</sup> année



### Mme Valérie Zurkinden

Stagiaire (dès août)



### Mme Valentine Eloy

Stagiaire (dès août)



### M. Serge Charrière

Responsable Office du Tourisme de Charmey (100%)



### Mme Clémentine Lopez

Responsable Evénements Office du Tourisme de Charmey (100%)



### Mme Angélique Bapst

Apprentie 3<sup>e</sup> année

## MESSAGE DE LA GRUYÈRE TOURISME

L'année 2022 comprenait plusieurs changements importants pour La Gruyère Tourisme, notamment le nouveau site unifié avec les autres destinations du canton (mise en ligne fin 2021), le déménagement à la nouvelle gare de Bulle, au Velâdzo, la reprise des activités après plusieurs années sous l'influence du COVID et le changement de direction. Les changements ne sont pas toujours faciles à vivre et une adaptation aux nouvelles conditions est nécessaire. Mais nous pouvons aujourd'hui faire le bilan sur une année réussie sur différents niveaux :

L'activité touristique a repris ses marges et les nuitées passées en Gruyère ont dépassé les chiffres avant COVID (voir page 20 - fréquentation des attractivités touristiques).

Un total de 37 manifestations était coordonné ou organisé par l'équipe, souvent en soutien des Sociétés de développement (voir page 5).

La Gruyère Tourisme s'est engagée encore plus pour la durabilité et grâce au partenariat avec le Parc Naturel Régional Gruyère Pays-d'Enhaut, elle a obtenu le niveau 2 du label Swisstainable (voir page 6).

L'amélioration du contexte n'empêche pas des réflexions sur le progrès dans nos différents domaines et nous adaptons sans cesse notre offre dans une perspective d'amélioration de l'expérience touristique. Cela englobe notamment l'adaptation de la stratégie marketing, la création de nouvelles offres, manifestations et l'expérience accueil. En même temps, nous nous préparons aux changements de réorganisation en lien avec la nouvelle loi du tourisme avec le nouveau concept directeur touristique.

L'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT) a remporté un concours dans le cadre du 20<sup>e</sup> anniversaire de la compagnie aérienne SWISS. De ce fait, la région de La Gruyère a désormais l'honneur d'arborer son nom sur un avion SWISS, un rêve d'enfant qui se réalise (cf. vidéo de présentation réalisée par l'UFT). Nous n'en doutons pas, les passagers du nouvel Airbus A220-100/300, voyageront en toute quiétude dans les airs, en songeant à de magnifiques paysages de notre région.

Après avoir été sous les feux des projecteurs en 2021, en se gratifiant du titre de Best Tourism Villages, La Gruyère Tourisme est fière que Gruyères entre pour la première fois dans le Top Destination 2023 de CNN. Quelle consécration pour cette cité médiévale qui se retrouve dans un classement prestigieux à côté de 22 autres grandes destinations telles que les îles Fidji, le Laos ou l'Australie occidentale.

### **Nicolas Wyssmueller**

*Président de La Gruyère Tourisme*

### **Marta Flack**

*Directrice de La Gruyère Tourisme*

[direction@la-gruyere.ch](mailto:direction@la-gruyere.ch)

Suivez nos activités:

[www.la-gruyere.ch/rapport](http://www.la-gruyere.ch/rapport)

[www.la-gruyere.ch/newsletter](http://www.la-gruyere.ch/newsletter)



# LA GRUYÈRE TOURISME

## Remerciements



### Remerciements à Guillaume Schneuwly pour son temps à la direction de LGT

2 ans et quelques, comme on dit! En deux ans à la tête de La Gruyère Tourisme (LGT), tu as su continuer à dynamiser l'organisation touristique du district avec ta jeunesse, ton expérience et ta connaissance du milieu touristique régional et national.

Et flûte! En 2020 tu tombes sur le COVID: aide cantonale, fédérale, ARG, discussions, gestion des RH et de la motivation. Période que tu as traversée avec succès et bienveillance.

Un défi à ne pas manquer t'appelle au pays des tulipes pour Suisse Tourisme. Au nom du comité LGT, nous te souhaitons beaucoup de succès, de joie et de bonheur pour ta vie!

#### Nicolas Wyssmueller et le comité LGT

*Président*

Toute l'équipe t'adresse ses vifs remerciements pour ces 11 années passées au sein de LGT. Dans un premier temps au marketing et pour les 2 dernières années comme Directeur. Nous te sommes toutes et tous reconnaissants pour ta vision novatrice du management, qui visait tant à responsabiliser les employés dans leurs tâches qu'à donner un visage humain aux relations avec la direction.

Bon vent à toi, notre cher Guillaume !

#### La team LGT

### Remerciements à Elisabeth Seydoux pour ses 20 ans de service

Elisabeth a commencé à la SD de Bulle & Environs en février 2003 à l'Avenue de la Gare 4 à Bulle. En 2005, déménagement des locaux à la Place des Alpes 26 où LGT réunit désormais 2 entités: les Offices du Tourisme de Bulle et de Gruyères.

Depuis décembre 2022, Elisabeth travaille dans les nouveaux locaux de l'Office du Tourisme de Bulle, à la gare au Centre Commercial Velâdzo. Appréciée pour ses conseils touristiques avisés et connaissant La Gruyère comme sa poche, Elisabeth a plus d'une corde à son arc et s'occupe notamment de l'accueil, de l'information et de l'organisation de manifestations: marchés folkloriques, 1<sup>er</sup> août, Bénichon, Marché de Noël de Bulle, etc. Elle remplace aussi occasionnellement ses collègues à l'organisation des sorties de groupes et à La Billetterie. Elisabeth a notamment œuvré 6 fois au Tour de Suisse à vélo et a participé à plusieurs foires touristiques.

LGT remercie Elisabeth pour ses précieux services et son fidèle engagement.



# LA GRUYÈRE TOURISME

## Personnel

LGT est formée d'une équipe de 19 collaborateurs et 4 auxiliaires. En 2022, LGT a enregistré 4 départs, ceux de M. Guillaume Schneuwly, Directeur, de Mme Elodie Maradan, collaboratrice à l'OT de Gruyères, la fin des stages de Mme Leina Mondolini, en poste à Bulle et de Mme Marion Chavanne, en poste à Charmey. LGT a notamment pu compter sur l'arrivée de deux nouvelles stagiaires d'une année: Mme Valérie Zurkinden pour l'OT Bulle et de Mme Valentine Eloi pour l'OT Charmey, de Mme Jasmine Giller, au 1<sup>er</sup> février, collaboratrice événements et information à l'OT de Gruyères et d'une nouvelle directrice au 1<sup>er</sup> novembre, en la personne de Mme Marta Flack. Bienvenue à elles!

Dans une aussi grande équipe, il peut s'avérer difficile de faire circuler l'information, qui est primordiale à la bonne qualité d'accueil des différents offices de LGT. De ce fait, une séance «team» a lieu tous les 10 jours, soit le mercredi ou le jeudi et rassemble les collaborateurs présents à ces jours. Lors de ces séances, chacun échange sur des informations reçues par les partenaires ou des informations utiles ou internes. Cette pratique permet à chacun, quelle que soit son activité, de connaître les différentes spécificités échangées et ainsi de diffuser les informations de manière uniforme et en toute connaissance de cause.

De même, pour préparer les saisons à venir, tant estivales qu'hivernales, 2 séances «entre-saison» ont lieu respectivement en mai et novembre. A cette occasion également, toutes les informations nécessaires sont transmises sur les messages et les attentes de la direction, les manifestations à venir, les projets marketing, etc. Chaque participant se sent ainsi concerné par les activités de l'ensemble de l'entreprise, les connaît également et est ainsi apte à mieux en faire la promotion en cas de demande.

C'est en favorisant une atmosphère d'échanges et de communication, que LGT souhaite instiller un climat motivant et une attitude professionnelle à l'égard de nos hôtes ou partenaires régionaux.



## Information & Accueil

**Par le biais des trois mandats de gestion des SD's et Offices du tourisme, LGT est directement en charge à Bulle – Charmey – Gruyères, avec les comités respectifs et dans le cadre des budgets des SD's, des missions suivantes :**

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

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

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

### L'année 2022 en quelques chiffres

- Permanence 7/7 du 026 919 85 00
- 990 jours / 6853 heures d'ouverture cumulées sur l'année sur 3 Offices du Tourisme de Bulle, Charmey et Gruyères
- 909 nuitées générées par les produits vendus
- 258 envois de documentations

# LA GRUYÈRE TOURISME



## Déménagement à la nouvelle gare

L'Office du Tourisme de Bulle et La Billetterie ont pris leurs quartiers à la Place de la Gare 3 (nouvelle gare) au rez inférieur du Centre Commercial Velâdzo à la fin du mois de décembre 2022.

C'est dans ce lieu stratégique et à proximité immédiate des transports en commun que LGT partage désormais des locaux avec les TPF (Transports Publics Fribourgeois).

La direction, le marketing et l'administration de LGT sont installés au 2<sup>e</sup> étage du même bâtiment depuis février 2023.

Pour répondre aux besoins des visiteurs, les horaires ont été élargis pour l'Office du Tourisme à un accueil 7 jours sur 7 du lundi au dimanche de 09h00 à 18h00.

La Billetterie a conservé les mêmes horaires, soit le lundi et le vendredi de 09h00 à 12h00 et de 13h00 à 17h00 ainsi que le mardi et jeudi de 09h00 à 12h00.



## Manifestations & Animations

Avec le soutien financier des communes et des SD's, LGT a organisé plus de 20 manifestations et animations dans la région, équivalent à 78 jours animés.

La nouveauté à Bulle était la manifestation «Quête du Chocolat» qui a connu un franc succès avec environ 400 participants. Durant un week-end, le chocolat était à l'honneur en Gruyère. Entre Gruyères, Bulle et la Maison Cailler de Broc, différents parcours étaient à découvrir et des chocolats à récolter. Entre les ateliers, démonstrations et dégustations: toute la famille pouvait passer un moment gourmand dans notre région.

### Événements à Bulle : (16 jours animés & 6 visites guidées)

- Marchés Folkloriques
- 1<sup>er</sup> août
- Bénichon
- Quête du Chocolat
- Visites guidées
  - «Circuit historique»
  - «Women Only»
  - « Marchés folkloriques»

### Événements à Charmey : (13 événements & 32 jours animés)

- Là-haut (hiver)
- Pâques Aventure
- Botanicus
- Animations estivales (Nuit de la rando, Rando & Cors des Alpes)
- W-E-Bike
- Charmey fête La Gruyère
- Fête nationale
- Canicule festival
- Là-haut (été)
- Désalpe
- Événements hivernaux (Raquettes & fondue, concert de Noël et Marché de l'Après)

### Événements à Gruyères : (8 événements & 30 jours animés)

- Quête du Chocolat
- Fête du fromage
- Festival de la crème double
- Fête nationale
- Noël à Gruyères
- Animations estivales (spectacles d'Arts de Rue, la compagnie de la Pie qui chante et les cors des Alpes)

Les Marchés de L'Avent durant le mois de décembre ont beaucoup de succès et sont nombreux dans la région. Comment se démarquer et profiter d'une période de haute-saison à forte affluence? LGT a donc proposé le Marché de l'Après. Cette manifestation a rencontré un franc succès tant pour son excellente fréquentation que le concept. Les visiteurs ont pu profiter d'un marché d'hiver avec des stands, de l'animation, du bricolage, de parcs d'animaux et des concerts, le tout dans une ambiance magique, sous un ciel étoilé. C'est environ mille personnes qui ont profité de 4 jours inoubliables.

# LA GRUYÈRE TOURISME

## La Billetterie

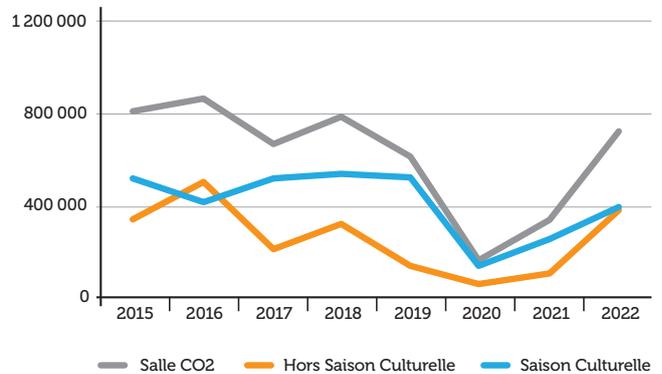
En fin d'année 2021, La Billetterie a changé son site internet en migrant sur le site bulledeculture.ch, qui donne une bonne visibilité et facilité pour la clientèle. De plus, La Billetterie a également intégré la plateforme Smeetz pour la vente des billets et abonnements.

En juin 2022, le lancement des ventes pour la nouvelle saison culturelle a connu un grand succès et les clients ont répondu présents. Cependant, il est quand même à constater qu'après le COVID, les gens sont plus craintifs à l'idée de prendre les abonnements en avance et préfèrent souvent attendre et prendre des billets à l'unité.

La Billetterie, c'est 20'276 billets ainsi que 339 abonnements vendus pour l'année 2022.

[www.labilletterie.ch](http://www.labilletterie.ch)

Ventes de La Billetterie 2015-2022



## Qualité & Label Swisstainable

LGT place la qualité au centre de ses efforts. Pour y parvenir, elle a mis sur pied quelques outils et mesures, qui servent au quotidien et aident à maintenir un niveau qualitatif souhaité pour attirer et fidéliser les différents hôtes ainsi que satisfaire au mieux nos différents partenaires. En voici quelques-uns :

- Manuel d'entreprise, décrivant dans en détail l'ensemble de l'activité de LGT afin de faciliter le travail de nouveaux employés ou d'employés devant remplacer certains secteurs.
- 23 processus permettant de pouvoir réaliser n'importe quelle tâche importante à LGT
- 16 marches à suivre
- Diverses checklists utiles à la bonne réalisation de tâches ou d'événements
- 2 cercles de qualité au printemps et à l'automne, dans lesquels sont traités tous les dossiers à améliorer et également les idées de progression émises par les employés.

Dans la qualité s'englobent également les labels. Avec l'extinction du label Q de la de la Fédération Suisse du Tourisme (FST) et l'arrivée du nouveau label de durabilité «Swisstainable» également géré par la FST, LGT s'est labellisée en 2021 au niveau I et a atteint le niveau II en 2022. Arriver à ce deuxième palier a été possible en fournissant 3 nouvelles mesures durables et également grâce à la collaboration active dans les deux domaines suivants :

1. Être «Entreprise partenaire» du Parc Naturel Régional Gruyère Pays-d'Enhaut (PNR). Cette participation fait que LGT s'engage formellement sur un certain standard de qualité et remplit strictement une grille de critères édictée par les parcs suisses dans l'engagement qualitatif et durable de son fonctionnement global.
2. Participer à l'action Ok-go, qui vise à rendre des informations sur les Offices du Tourisme accessibles aux personnes à mobilité réduite en remplissant les documents fournis par OK-go (mesures des portes, passages adéquats, escaliers ou ascenseur, etc).

LGT a donc définitivement pris un virage plus vert dans son engagement tout en continuant de respecter les valeurs qualitatives primordiales à l'image qui veut être donnée d'une région dynamique, en constante progression mais avec un sens profond du respect des valeurs de la durabilité.



## ACTIONS MARKETING

### Publicité & Promotion



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

### Actions La Gruyère Tourisme

En 2022, LGT s'est principalement concentrée sur des actions digitales. Avec un budget limité, LGT a tout de même pu réaliser des actions précises pour promouvoir la région. Les supports sélectionnés ont permis d'atteindre les public-cibles variés qui avaient été choisis: réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Youtube), réseaux de recherche Google, affichage SGA et bannering sur le site internet de Trivago.

LGT a notamment profité de ces supports pour mettre en avant son offre forfaitaire phare le «Passeport La Gruyère» afin d'avoir une proposition concrète de séjour et de pouvoir faire profiter à nos nombreux prestataires des retombées de cette campagne marketing.

Cette dernière, divisée en quatre actions marketing concrètes, aura généré plus de 5,5 millions de contacts marketing et contribué à faire rayonner La Gruyère dans toute la Suisse.



## ACTIONS MARKETING

### Publicité & Promotion

#### Campagne été – Union fribourgeoise du Tourisme

La principale campagne de l'UFT et de LGT ainsi que des 6 autres régions du canton, via le fond marketing coordonné, se concentre sur la Suisse, le 1<sup>er</sup> marché de la région et toujours très important en 2022 avec environ 60% des actions tournées vers la Suisse allemande et 40% vers la Suisse romande. Pour La Gruyère, cette campagne principalement digitale a généré les principaux résultats suivants :

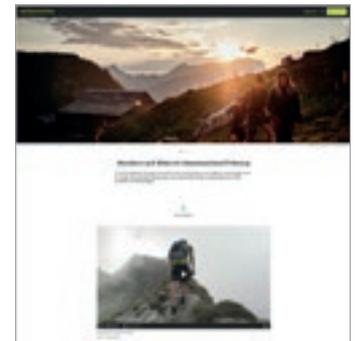
- Présence dans 6/13 vidéos thématiques
- 1 18'857 vues uniques sur la landingpage
- Affichage DOOH dans les grandes gares, 1'143'475 diffusions
- Online advertising (bannering, publiereportages, newsletter, etc.), environ 325'000 contacts touchés
- Campagnes Google et Youtube totalisant environ 2,7 millions d'impressions
- Campagne sur les réseaux sociaux totalisant 6'489'339 contacts touchés

Comme en 2020 et 2021, l'UFT a également mis en place une campagne de relance parallèle à la campagne été promouvant des programmes de vacances dans le canton soutenue par une mise en avant de sept thématiques au travers de vidéos (nature, sportifs, culture, City Trips, Highlights, convivialité et gastronomie), un concours, des newsletters, de l'affichage digital, online advertising, des actions sur les réseaux sociaux et des Google Ads pour un total de plus de 15 millions de contacts.

#### Campagne automne – Union fribourgeoise du Tourisme

Pour cette année, l'UFT s'est à nouveau associée à Terroir Fribourg dans la création d'une campagne principalement digitale axée sur les produits du terroir; la gastronomie étant un atout important pour nos régions dans la promotion touristique :

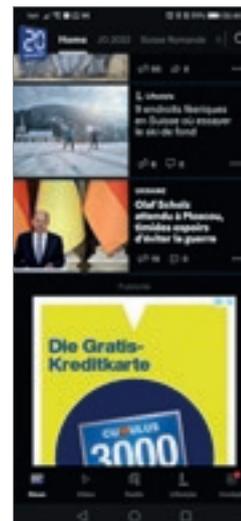
- 1 vidéo promotionnelle avec une comédienne qui a été déclinée en 6 versions
- 80'012 vues uniques sur la landingpage
- Online advertising (native ads, publiereportages, spot publicitaire, etc.), environ 5'827'600 contacts touchés
- Campagne Google pour un total de 270'276 d'impressions
- Campagne sur les réseaux sociaux totalisant 3'549'719 contacts touchés
- Diverses actions dans le cadre du Suisse Fondue Festival, dont des voyages de presse qui passaient également par La Gruyère



#### Campagne hiver – Union fribourgeoise du Tourisme

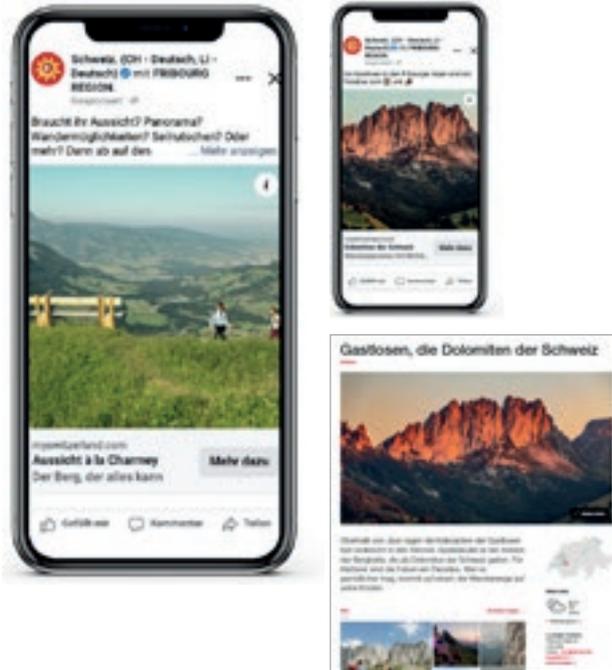
L'UFT a lancé une campagne hivernale digitale pour la deuxième année consécutive.

- Mise en avant de la diversité de l'offre hivernale
- Création d'une landingpage totalisant 76'151 visites
- Online Advertising en collaboration avec Blick.ch et Loisirs.ch, 327'220 impressions
- Envoi de diverses newsletters en collaboration avec Present Family, Loisirs.ch, 6'918 clics au total
- Campagne sur Google Ads, 311'897 impressions et 52'619 clics
- Campagne sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram), 4'859'182 impressions



## ACTIONS MARKETING

### Publicité & Promotion



### Campagne été – Suisse Tourisme

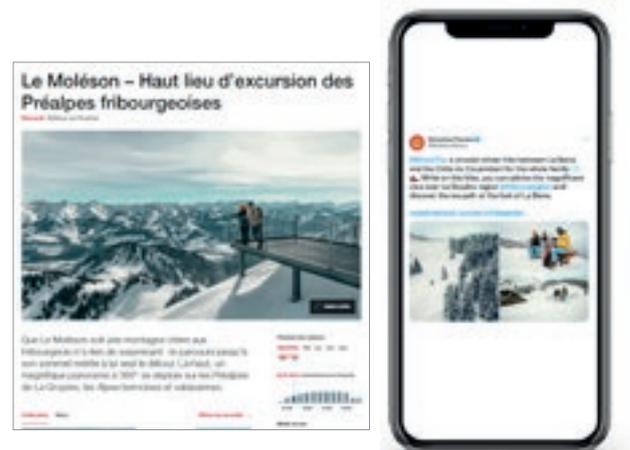
La Gruyère recherche une présence proportionnellement forte sur cette campagne importante ST pour se mettre en avant sur bon nombre de plateformes de ST, ainsi que sur différents marchés. L'été étant la saison la plus forte de la destination.

- Keyvisual mettant en avant les Gastlosen
  - 2'051'785 impressions sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
  - 9'056 visites sur la landingpage de ST
- Keyvisual mettant en avant le sommet de Vounetz et ses activités
  - 997'964 impressions sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
  - 3'827 visites sur la landingpage de ST
- 1 offre sur le site de ST toute l'année (Passeport La Gruyère)

### Campagne hiver – Suisse Tourisme

LGT investit dans la campagne ST hiver afin de positionner notre région également pour ses sports d'hiver. La Gruyère y est présente avec 4 stations (sur 6 stations fribourgeoises au total). Les thématiques présentées étaient les ouvertures nocturnes à Moléson et la randonnée hivernale à La Berra.

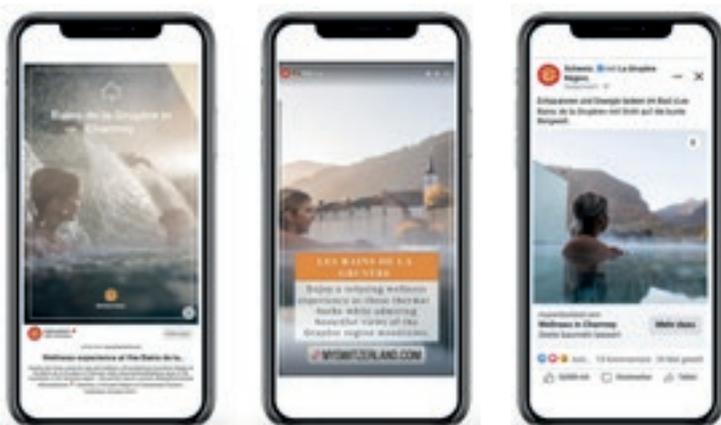
- Speed video mettant en avant les ouvertures nocturnes à Moléson
  - 1'514'248 impressions sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
  - 165'609 vidéos vues de 3 secondes ou plus
  - 11'555 visites sur la landingpage de ST
- Keyvisual mettant en avant la randonnée hivernale à La Berra
  - 2'168'995 impressions sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
  - 7'534 visites sur la landingpage de ST



### Campagne Spa & Vitality – Suisse Tourisme

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

- Keyvisual des Bains de la Gruyère, diffusée sur les réseaux sociaux (Pinterest et Instagram), passé 2 millions d'impressions, 15'193 clics sur la page dédiée sur Myswitzerland.com
- Article dans le magazine de ST, 296'000 exemplaires en 6 langues
- Intégration dans le magazine de la Coopération pour l'édition spéciale automnale, 2,7 millions exemplaires



# ACTIONS MARKETING

## Publicité & Promotion

### Campagnes Allemagne – Union fribourgeoise du Tourisme

En 2022, l'UFT a à nouveau travaillé avec une agence afin d'être présent sur l'Allemagne, notamment sur le sud du pays. Diverses actions ont été réalisées avec les régions sur ce marché important pour LGT.

- Communiqués de presse envoyés à divers médias
- Radioreise: découverte à travers la région avec une radio, émission diffusée sur environ 60 stations, 1,5 millions d'auditeurs par semaine
- Süddeutsche Zeitung: online advertising sur SZ.de, articles sur la région, 3,5 millions d'impressions
- Travelbook: online advertising sur Travelbook.de, 500'000 impressions
- Bergwelten: portrait de la région sur Bergwelten.com, magazine digital, avec native story, 200'000 impressions
- Bike&Travel: publiereportage de plusieurs pages dans le magazine, 45'000 exemplaires
- Alps: publiereportage de plusieurs pages dans le magazine, 25'000 exemplaires
- @themodernleper: visite de l'influenceur, 167'000 contacts touchés



## ACTIONS MARKETING

### Publicité & Promotion

#### Campagnes France – Suisse Tourisme

Sur le principal marché étranger de La Gruyère, les actions menées avec ST ont été nombreuses et très riches pour la destination. l'UFT a réalisé diverses actions avec ST sur le marché français en collaboration avec les régions.

- LeFigaro.fr et Le Figaro Magazine: articles native content Le Figaro, bannières co-brandées, post Facebook et Instagram amplifié, pour La Gruyère notamment les Gastlosen ont été mis en avant, au total 29'202'819 de contacts touchés pour l'ensemble de l'action
- Tripadvisor: bannières, destination partnership, etc., au total plus de 8,6 millions d'impressions
- Konbini: vidéo «Anis en Suisse – Apprenez à faire de la fondue ... et du kayak!» en valorisant le réseau ferroviaire et la Swisstainability, publication sur la page Facebook de Konbini, intégration de la vidéo au sein d'un court article sur Konbini.com, cover de la vidéo de 10 secondes sur Instagram et Snapchat, 2,33 millions d'impressions au total, 599'800 vues sur Youtube et Facebook
- Campagne influenceuse et magazine GEO: carnet de voyage réalisé par une influenceuse publié sur geo.fr (2/4 jours en Gruyère), podcast avec l'influenceuse, double page dans le magazine GEO sous forme de guide pratique, plus de 1,5 millions d'impressions à travers les publications et stories de l'influenceuse



#### Campagnes Espagne – Suisse Tourisme

Le marché espagnol, considéré comme secondaire par l'UFT, a été touché par quelques promotions intéressantes via ST:

- Sketching avec l'influenceuse et artiste Alicia Aradilla: illustrations réalisées comme Moléson et Gruyères, partage de l'expérience sur les réseaux sociaux, 50 cartes postales réalisées et diffusées en 2023, plus de 1,6 millions de contacts touchés
- Swisstainable on tour: exposition mobile sur une remorque à vélo à travers Barcelone, Madrid, Valence et Bilbao (ExpoBike), encart d'une carte Swisstainable dans deux magazines et distribution lors de l'ExpoBike, microsite, plus de 3,2 millions de contacts touchés
- National Geographic: encart d'un livret sur le Grand Tour de Suisse (GToS), 155'000 contacts touchés
- Trade shows: rencontre avec des tour-opérateurs à Madrid, Barcelone et Valence
- agenttravel: distribution d'un guide dans le magazine, Fribourg présent sur une double page notamment avec la Désalpe, la cité de Gruyères et Moléson, 158'000 contacts marketing
- Média event à Madrid avec des journalistes

## ACTIONS MARKETING

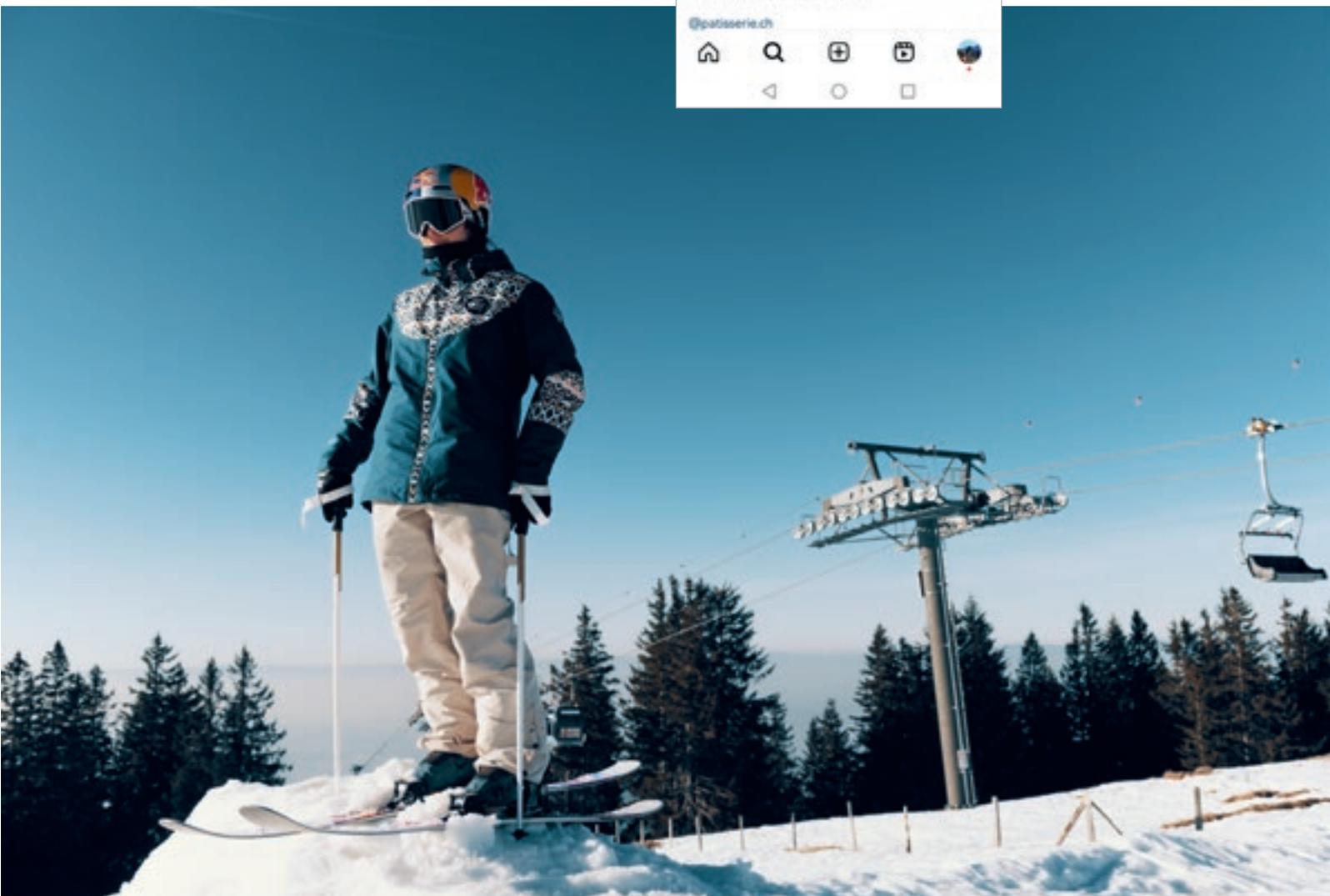
### Autres actions de communication

#### Sponsoring – Mathilde Gremaud

LGT continue de supporter la skieuse freestyle gruyérienne Mathilde Gremaud qui a énormément fait parler d'elle en 2022. Elle a notamment gagné 2 médailles aux Jeux Olympiques de Pékin en début d'année 2022. Toutes nos félicitations à elle pour cet exploit historique!

Très active sur les réseaux sociaux Instagram (66k fans) et Facebook (7,2k fans), elle publie fréquemment du contenu en lien avec ses activités favorites à faire dans la région. A ce sujet, nous avons tourné et diffusé une vidéo avec Mathilde en 2022 lors d'un atelier de chocolat.

Découvrez-en davantage sur notre ambassadrice :  
[www.la-gruyere.ch/mathilde](http://www.la-gruyere.ch/mathilde)



# ACTIONS MARKETING

## Autres actions de communication



### Actions ponctuelles

LGT travaille depuis quelques années au service de moyens marketing supplémentaires amenés par des prestataires touristiques. Ces actions ponctuelles et ciblées complètent les actions de LGT et permettent à nos partenaires de profiter de notre savoir-faire en matière de marketing tout en resserrant les liens avec les prestataires via ces partenariats «gagnant-gagnant».

- Partenariat avec le Pool de promotion Gruyères
  - Campagne Google Ads et réseaux sociaux
  - Adhésion à «Léman sans frontières»
  - Annonce diverses dans des magazines romands et Suisse alémaniques
- Partenariat avec le TOP 4 (4 grands musées en Gruyère)
  - Communication aux écoles publiques dans les magazines Berner Schule et Educateur
  - Campagne Google Ads
  - Annonces diverses dans des magazines romands et Suisse alémaniques
- Participation à la promotion de l'association des Musées en Gruyère au travers des Google Ads
- Elaboration d'un projet pour le restoroute La Gruyère avec cinq attractions majeures de la région

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



# ACTIONS MARKETING

## Support de communication

### Site internet

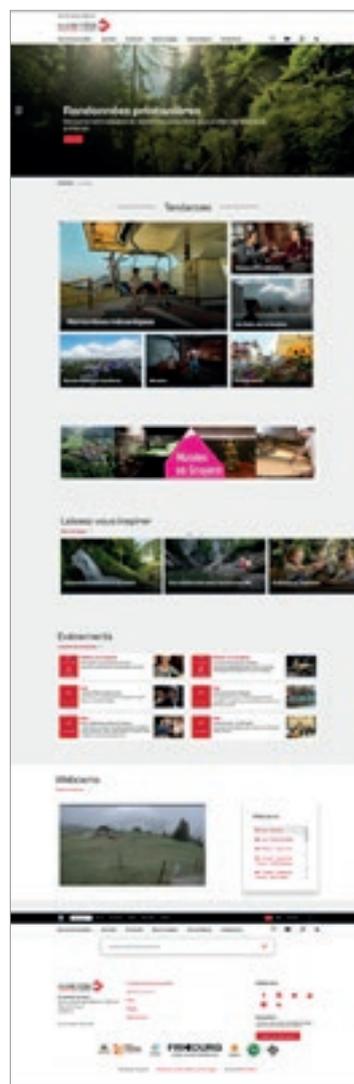
En collaboration avec l'UFT, LGT a mis en ligne un nouveau site internet en date du 15 décembre 2021. Toutes les destinations touristiques fribourgeoises sont désormais regroupées dans un seul site unifié, tout en gardant leur propre landingpage ([www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch)). L'objectif commun est d'améliorer la visibilité de nos sites, de gagner en force de frappe sur les moteurs de recherche (domaine authority) et de faciliter l'accessibilité aux informations pour les visiteurs, ce qui a largement été atteint.

Le site internet a néanmoins connu une baisse importante depuis le changement. En effet, plusieurs raisons peuvent être liées à ceci :

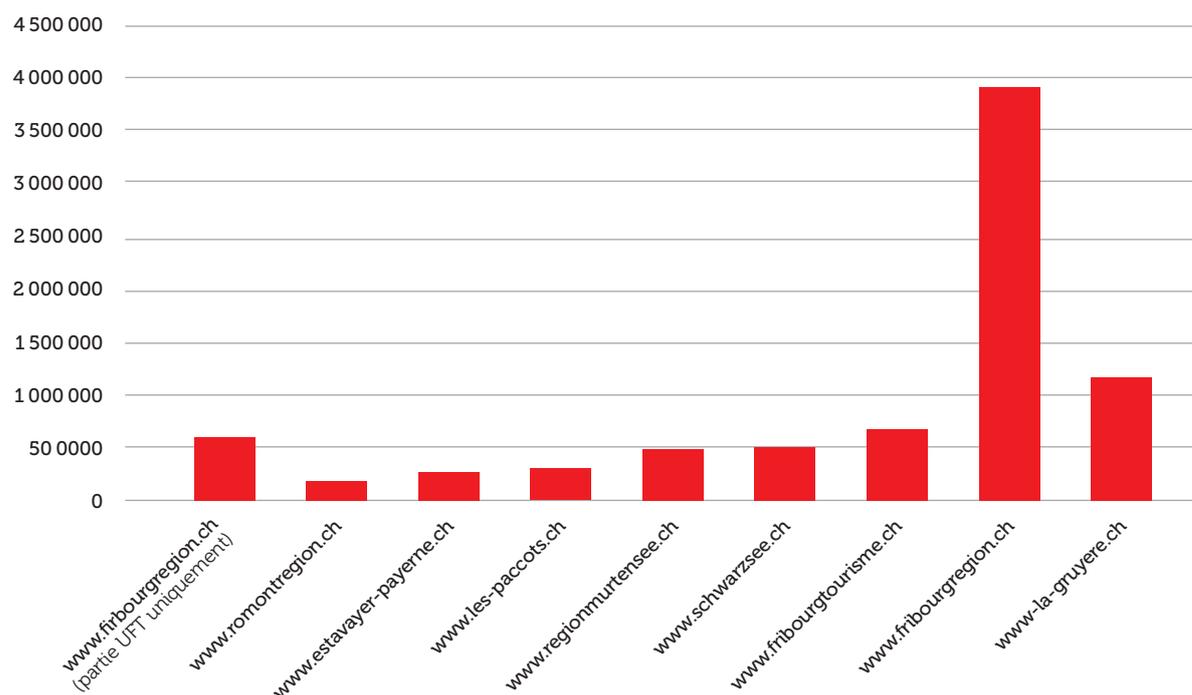
- Baisse des visites du site internet [www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch) due à l'unification cantonale
- Moins de promotions payantes (ex. Google Ads) qui étaient liées au budget extraordinaire attribué lors de la pandémie
- Autres facteurs

LGT travaille constamment à l'amélioration de son site en collaboration avec l'UFT. De plus, les chiffres atteints en 2022 dépassent ceux de 2019, qui était déjà une année avec de très bons résultats. La plateforme de LGT est toujours le site internet touristique le plus visité du canton après l'UFT qui comptabilise l'ensemble des visites.

Retrouvez le rapport statistique complet du site [www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch) sur [www.la-gruyere.ch/rapport](http://www.la-gruyere.ch/rapport)



### Nombre de visites sur le site internet



# ACTIONS MARKETING

## Support de communication



### Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont, avec le site internet [www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch), une priorité pour LGT. En 2022, il a été décidé d'être plus sélectif dans le contenu publié sur nos fils d'actualité Facebook et Instagram afin de fournir des contenus pertinents et de qualité à nos abonnés. Les efforts pour les stories sur le compte Instagram ont également continué en 2022, notamment pour diffuser les bons plans de la région chaque semaine. Le nombre d'abonnés a augmenté sur les différents réseaux sociaux. En revanche, la portée des publications a baissé due au changement de comportement des utilisateurs, à la baisse du nombre de publications ainsi qu'à l'algorithme des différentes plateformes qui mettent aléatoirement en avant les publications et soutiennent plutôt les vidéos. Notre défi est de continuellement s'adapter aux stratégies des différents réseaux sociaux.

Canaux principaux	Facebook	Instagram
Followers 2021	26986	20935
Followers 2022	29468	22800
Pourcentage	+9.2%	+8.9%

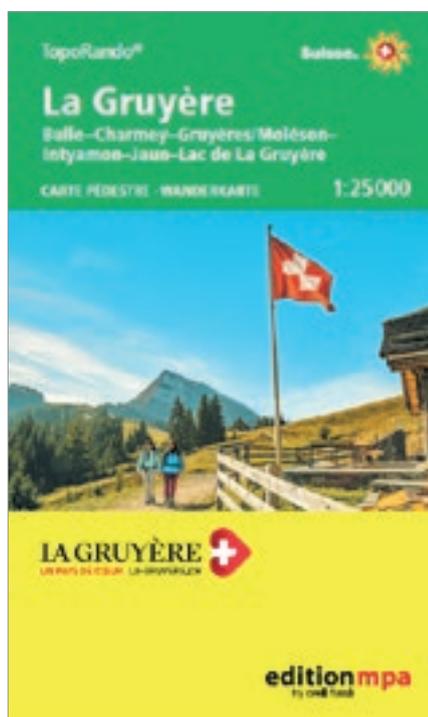
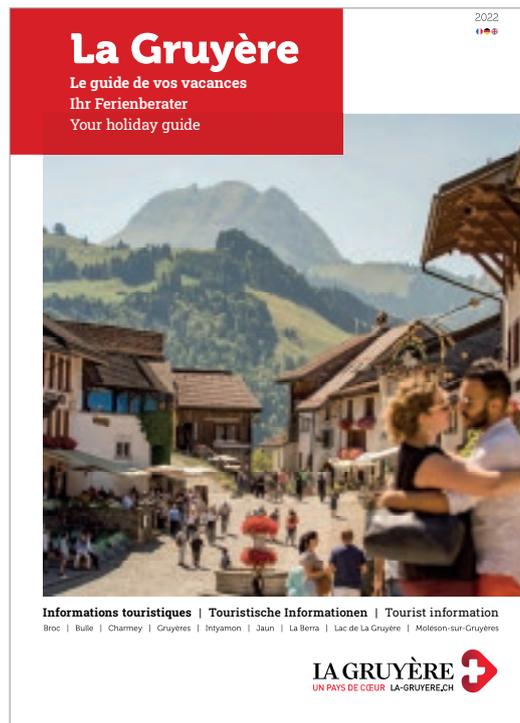


## ACTIONS MARKETING

### Support de communication

#### Brochures

Le format du « Guide de vos vacances » a été revu et est édité sous une version allégée depuis 2022. La brochure, présentant toute la région dans un seul support, contient les informations générales sur les prestations touristiques et renvoie les lecteurs via des liens et QR-codes vers le site internet pour de plus amples informations (ex. tarifs, horaires, etc.). Ceci permet à LGT de pouvoir fournir les informations les plus actuelles grâce à actualisation quotidienne du site. Tirée à 40'000 exemplaires, traduite en 3 langues et mise à jour chaque année, la brochure de 68 pages est principalement distribuée dans la région afin d'orienter les clients sur les nombreuses activités et offres que propose La Gruyère. Elle est également disponible en ligne et est régulièrement envoyée à travers le monde par les différentes demandes de nos intéressés.



#### Divers

- La carte panorama de La Gruyère qui contient des suggestions de randonnées dans la région a été mise à jour en 2022. 50'000 exemplaires ont été réalisés.
- La carte topographique « La Gruyère » 1:25'000 a été adaptée au nouveau plan topographique de la confédération. Cette nouvelle édition a été imprimée en 3'500 exemplaires.
- LGT dispose d'articles de merchandising en vente ainsi que de produits à disposition pour la location pour les partenaires.



## ACTIONS MARKETING

### Produits



### Passeport La Gruyère & autres offres

Le «Passeport La Gruyère» est l'offre phare de LGT et est largement utilisé comme outil de promotion en raison de son attractivité. De plus, comptant 16 hôtels et 24 prestataires d'activités, l'offre se veut représentative de la région et promeut nos partenaires en leur assurant des retombées économiques. Les réservations ont généré 734 nuitées en 2022.

Le forfait ski, qui permet de lier des nuitées avec des journées de ski dans les stations de la région, a quant à lui généré 27 nuitées.

De plus, les 3 offres forfaitaires avec nuitées sur le thème de la randonnée dans les Préalpes ont généré au total 56 nuitées. Ces offres ont trouvé leur public, attiré par l'aspect pratique ainsi que les grands espaces et les magnifiques paysages de notre région.

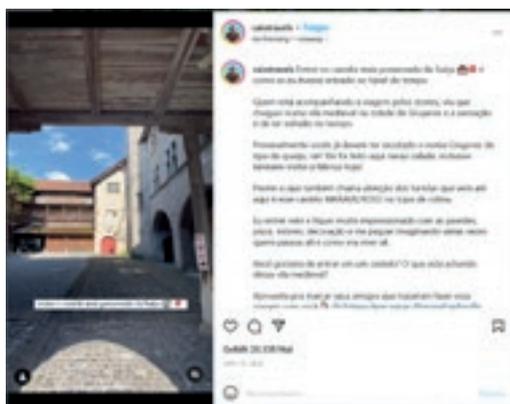
# ACTIONS MARKETING

## Incoming

### Sorties de groupes

Le département incoming de LGT a ressenti une forte demande des activités MICE en Gruyère en 2022, autant pour les grands que pour les petits groupes ainsi qu'un retour des séjours avec nuitées.

- Avec 37 sorties organisées en 2022, les chiffres ont largement dépassé la période avant COVID, dont la moyenne se situait à 27 sorties par année.
- Avec 1'330 participants en 2022 le nombre a doublé par rapport à l'année précédente.
- Le chiffre d'affaires à la hauteur de de plus de CHF 220'000.- a ainsi représenté le meilleur résultat des 7 dernières années.



### Relations publiques

Pour une organisation touristique, ce vecteur est d'autant plus intéressant qu'il présente un retour sur investissement exceptionnel si les frais générés sont mis en rapport avec la portée et la valeur publicitaires des espaces en question. En 2022, de nombreux journalistes internationaux ont à nouveau pu voyager et découvrir notre région.

- 62 visites de presse organisées / coorganisées par LGT
- 147 journalistes / photographes / influenceurs
- Plus de 95 millions de contacts potentiels générés

Retrouvez le rapport médias complet sur [www.la-gruyere.ch/rapport](http://www.la-gruyere.ch/rapport)



## ACTIONS MARKETING

### Promotion events



### Soutien d'autres événements

Au-delà des événements et animations organisées par les SD's gérées par LGT, cette dernière s'associe à quelques manifestations afin de faire rayonner la région dans son ensemble. Cela a notamment été le cas en 2022 avec la collaboration pour la Nuit des Musées en Gruyère par exemple.



### Foires & Promotion

LGT a participé, en collaboration avec l'UFT et l'Association des Hôteliers Fribourgeois, au Salon International du Tourisme et des Voyages (SITV) à Colmar du 11 au 13 novembre 2022 afin de promouvoir la région. Le salon a accueilli près de 20'000 visiteurs durant ces trois jours.



# STATISTIQUES

2022

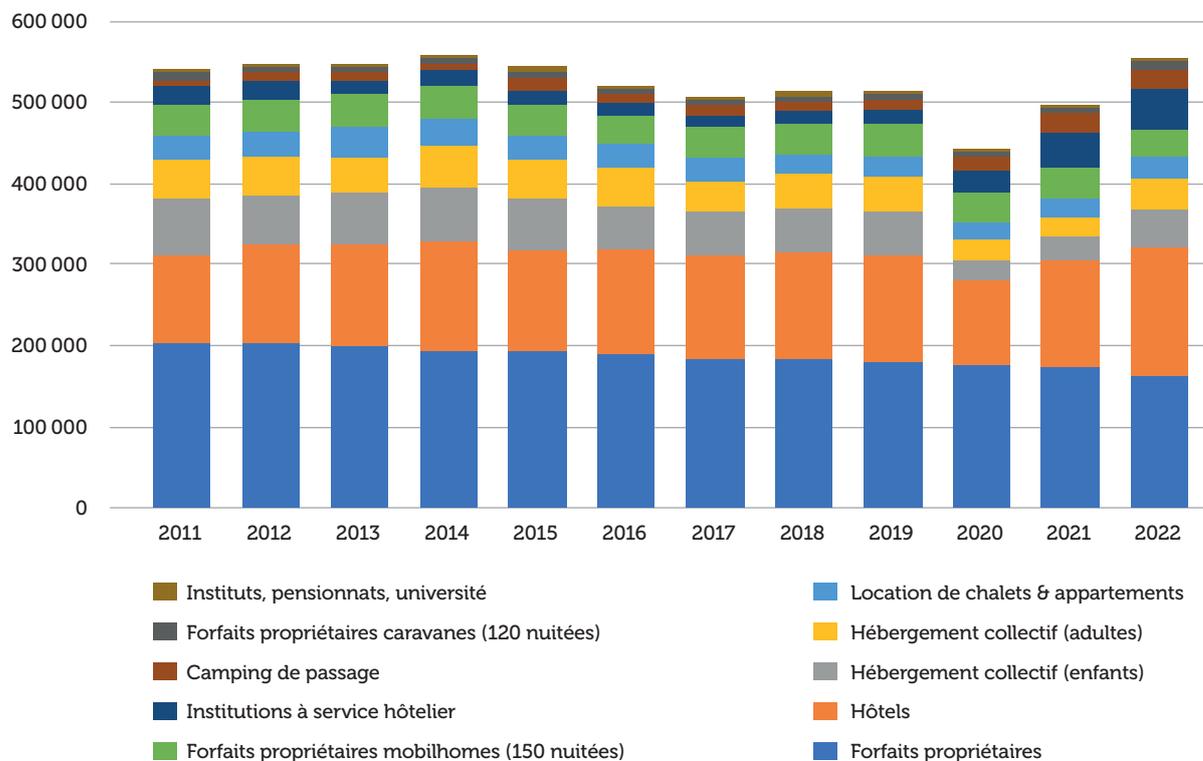
## Nuitées

L'exercice 2022 s'est terminé avec un résultat très positif et des chiffres comparables aux années antérieures à la pandémie (+24.9% par rapport à 2019 et +7.3% par rapport à 2021) avec 551'837 nuitées enregistrées en Gruyère (en comparaison avec 494'940 nuitées en 2021). L'hôtellerie a vu ses nuitées augmenter de +57.1% par rapport à 2021 et une augmentation de +12.3% par rapport à 2019 (source : OFS).

Après une hausse importante pour les campings en 2021 (+82.8%) liée à la situation COVID, ils ont néanmoins pu encore augmenter les nuitées en 2022 (+6.7%). Concernant les hébergements collectifs qui ont été fortement frappés par la situation sanitaire, ils ont bien repris et terminent l'exercice avec une hausse de +61.3% par rapport à 2021.



### Évolution des nuitées en Gruyère par catégorie 2011-2022



Source : UFT

# STATISTIQUES

## 2022



### Attractions touristiques & Musées

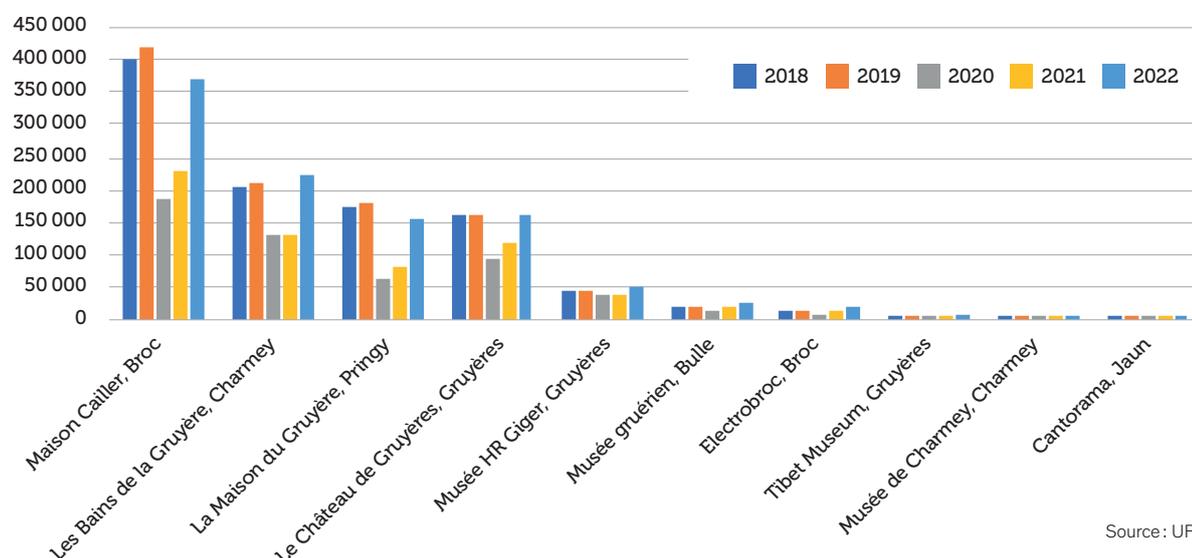
Après l'année 2021, une année difficile pour les attractions touristiques et institutions muséales qui ont dû jongler avec les limitations des volumes de visiteurs pouvant être accueillis, l'introduction du pass sanitaire et l'interdiction d'organiser des événements. L'année 2022 a permis de retrouver une augmentation du nombre de visiteurs à hauteur de 40% en moyenne.

Pour tous les 10 lieux les plus visités de la région, le nombre de fréquentation était plus important qu'en 2021. La plupart des institutions a également pu dépasser les chiffres de 2019. Pour les établissements accueillant traditionnellement une clientèle de groupe et internationale, le nombre de touristes étrangers a de nouveau augmenté mais laisse une marge pour atteindre le niveau avant COVID.



#### Nombre de visiteurs : musées et autres lieux visités

LIEU VISITÉ	2018	2019	2020	2021	2022	% 2021-22	% 2019-22
Maison Cailler, Broc	399 143	417 429	188 942	231 595	373 277	61%	-11%
Les Bains de la Gruyère, Charmey	204 817	210 512	133 660	130 736	224 807	72%	7%
Château de Gruyères, Gruyères	163 833	162 646	93 376	117 306	163 618	39%	1%
La Maison du Gruyère, Pringy	171 631	181 912	63 597	79 456	152 395	92%	-16%
Musée HR Giger, Gruyères	46 897	46 887	35 560	40 854	51 114	25%	9%
Musée gruérien, Bulle	22 515	20 992	14 402	19 365	25 152	30%	20%
Electrobroc, Broc	14 584	13 611	6 483	13 177	17 121	30%	26%
Tibet Museum, Gruyères	5 463	5 720	4 317	5 782	6 786	17%	19%
Musée de Charmey, Charmey	2 477	4 100	3 613	2 152	2 506	16%	-39%
Cantorama, Jaun	2 150	2 820	702	1 500	1 770	18%	-37%
<b>Total</b>	<b>1 033 510</b>	<b>1 066 629</b>	<b>544 652</b>	<b>641 923</b>	<b>1 018 546</b>	<b>40%</b>	<b>-2%</b>



Source: UFT

# COMPTES

## Comptes d'exploitation

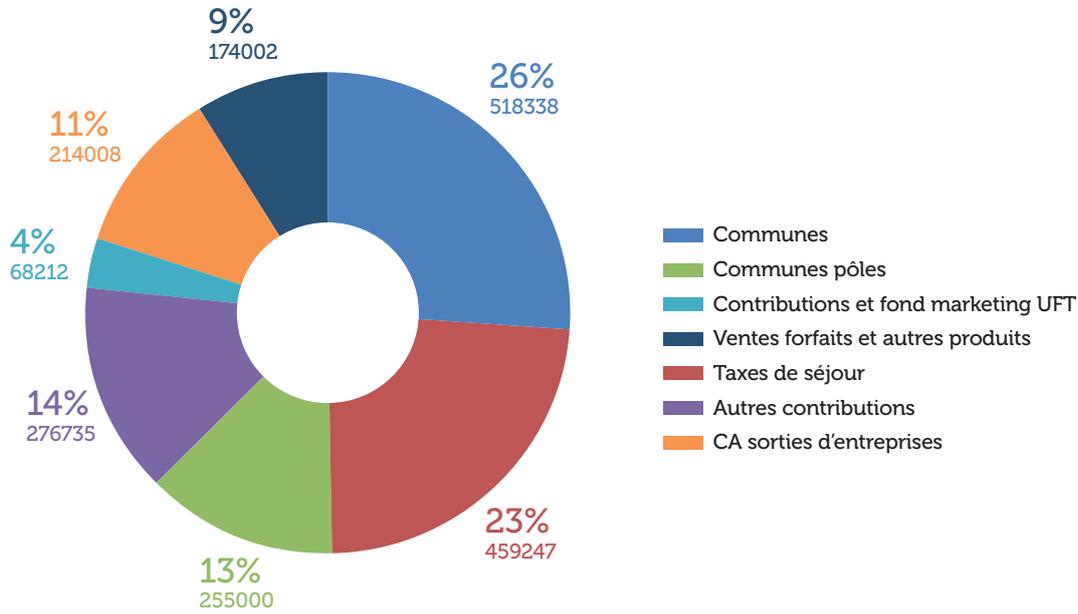
COMPTE PROFITS ET PERTES	Comptes 2022	Budget 2022	Comptes 2021
<b>Recettes</b>			
<b>Contributions</b>			
Communes de la Gruyère	164 164,66	164 164,66	164 164,66
Contribution OT-UFT	36 000,00	36 000,00	36 000,00
Autres contributions	276 735,03	221 000,00	206 603,10
<b>Total recettes contributions</b>	<b>476 899,69</b>	<b>421 164,66</b>	<b>406 767,76</b>
<b>Promotion</b>			
Communes de la Gruyère	354 173,34	354 173,34	354 173,34
Communes Pôles	255 000,00	255 000,00	255 000,00
Fonds Marketing - UFT	32 212,00	110 000,00	106 835,00
CA sorties d'entreprises	214 008,24	100 000,00	95 177,12
Ventes forfaits et autres produits	174 002,05	109 500,00	108 077,55
<b>Total recettes promotion</b>	<b>1 029 395,63</b>	<b>928 673,34</b>	<b>919 263,01</b>
<b>Taxes de séjour</b>	<b>459 246,88</b>	<b>392 000,00</b>	<b>423 396,05</b>
<b>Total des Recettes</b>	<b>1 965 542,20</b>	<b>1 741 838,00</b>	<b>1 749 426,82</b>
<b>Charges</b>			
<b>Taxes de séjour</b>			
Mandat Gratiosa SA	74 280,40	74 280,00	74 280,40
<b>Charges ordinaires</b>			
Administration / Matériel	112 242,74	102 000,00	97 495,47
Locations / Frais locaux	84 561,21	74 500,00	112 466,75
Nouveaux locaux gare	129 151,18	0,00	0,00
Révision / Comité / Honoraires	10 093,75	7 500,00	6 989,35
Révision / Comité / Honoraires	0,00	500,00	0,00
Expéditions / Envois	3 781,60	7 000,00	4 063,60
Centrale informations	7 136,00	8 000,00	6 945,90
Perte s/débiteurs	3 500,00	1 000,00	(2 100,00)
Amortissements	17 520,00	15 000,00	13 200,00
TVA	27 781,87	25 000,00	25 233,04
<b>Charges promotion</b>			
Actions Marketing	143 446,79	221 000,00	214 714,07
E-Marketing	8 814,10	10 000,00	9 994,00
Brochures / Calendriers	19 737,60	31 000,00	48 103,55
Salons / Foires	3 049,95	2 500,00	0,00
Prestataires touristiques	201 859,59	107 000,00	109 036,85
<b>Charges salariales globales</b>	<b>1 067 801,45</b>	<b>1 054 000,00</b>	<b>1 028 640,65</b>
<b>Produits et charges exceptionnels</b>			
Produits exceptionnels	(1 912,96)	0,00	(331,20)
Charges exceptionnelles	50 000,00	0,00	0,00
<b>Total des charges</b>	<b>1 962 845,27</b>	<b>1 740 280,00</b>	<b>1 748 732,43</b>
<b>Résultat NET de l'exercice</b>	<b>2 696,93</b>	<b>1 558,00</b>	<b>694,39</b>

# COMPTES

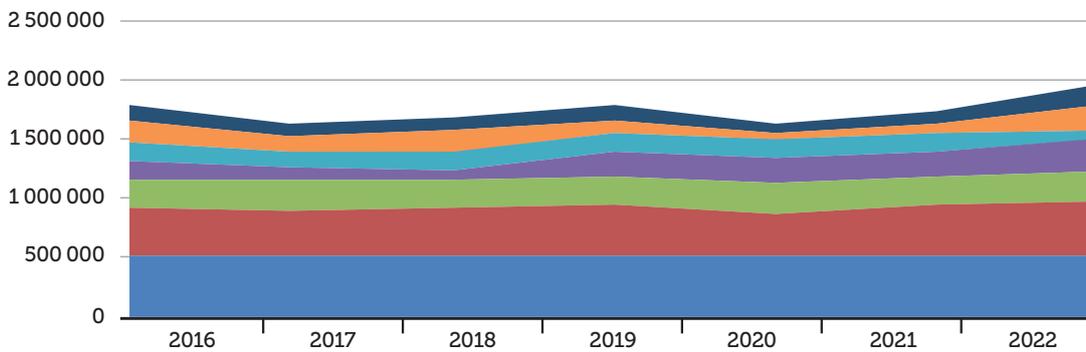
## Comptes d'exploitation



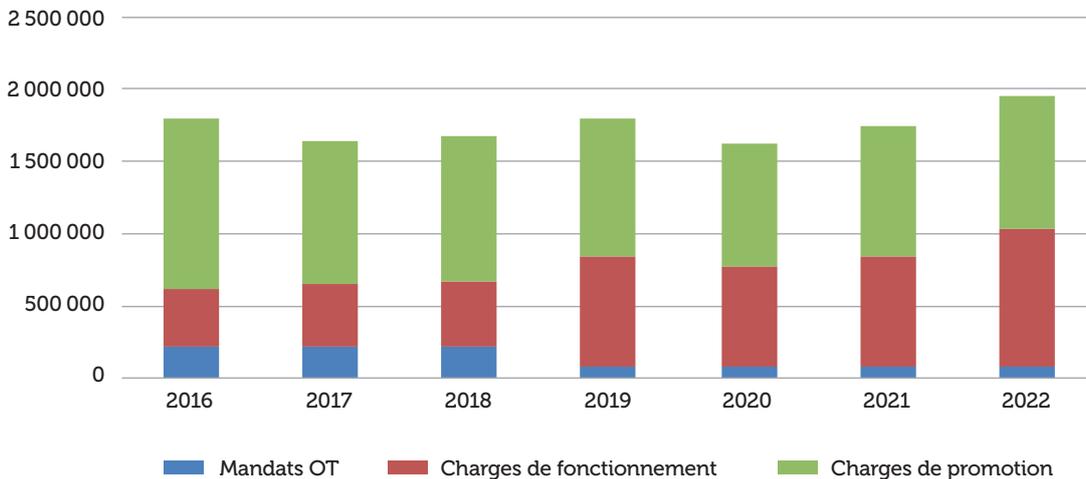
### Répartition des recettes 2022



### Répartition et évolution des recettes



### Répartition et évolution des charges



## COMPTES

## Bilan

<b>BILAN</b>	<b>au 31.12.22</b>	<b>%</b>	<b>au 31.12.21</b>	<b>%</b>
<b>Actif</b>				
<b>Circulant</b>				
Liquidités	421 893,75		323 222,80	
Débiteurs	119 962,60		161 910,79	
Autres débiteurs	0,00		1 026,25	
Titres	0,00		0,00	
Stock	55 100,00		3 700,00	
Actifs de régularisation	5 818,05		2 092,02	
<b>Total de l'actif circulant</b>	<b>602 774,40</b>	<b>98%</b>	<b>491 951,86</b>	<b>95%</b>
<b>Immobilisé</b>				
Informatique	6 980,00		11 640,00	
<b>Communication/Promotion</b>	<b>3 020,00</b>		<b>4 160,00</b>	
Accueil	0,00		11 720,00	
<b>Total de l'actif immobilisé</b>	<b>10 000,00</b>	<b>2%</b>	<b>27 520,00</b>	<b>5%</b>
<b>Total de l'Actif</b>	<b>612 774,40</b>	<b>100%</b>	<b>519 471,86</b>	<b>100%</b>
<b>Passif</b>				
<b>Capitaux étrangers</b>				
Créanciers	53 691,76		75 897,82	
Créancier AFC	19 586,74		12 670,82	
Passifs de régularisation	10 155,45		30 384,55	
Provision	159 668,68		117 043,83	
Provision pour marketing	258 800,00		238 800,00	
Provision pour pertes sur débiteurs	6 000,00		2 500,00	
Provision pour informatique	30 000,00		20 000,00	
Provision aménagement locaux	50 000,00		0,00	
<b>Total des capitaux étrangers</b>	<b>587 902,63</b>	<b>96%</b>	<b>497 297,02</b>	<b>96%</b>
<b>Capitaux propres</b>				
Capital	22 174,84		21 480,45	
Résultat de l'exercice	2 696,93		694,39	
Résultat au bilan	2 696,93		694,39	
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>24 871,77</b>	<b>4%</b>	<b>22 174,84</b>	<b>4%</b>
<b>Total du Passif</b>	<b>612 774,40</b>	<b>100%</b>	<b>519 471,86</b>	<b>100%</b>



Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à  
à l'assemblée des délégués de

### **LA GRUYERE TOURISME**

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat) de **La Gruyère Tourisme**, pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2022.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Comité directeur alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

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

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'éléments nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

En conclusion, nous vous proposons d'approuver les comptes qui vous sont soumis.

Bulle, le 2 mai 2023

**Fiduciaire Cuennet Sàrl**

David Cuennet  
Réviseur agréé ASR

Annexes :       - bilan  
                      - compte de résultat

# OBJECTIFS 2023

---

## Marketing

- Optimisation de l'utilisabilité et augmentation des visites du nouveau site web [www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch)
- Adaptation de la nouvelle brochure régionale phare de LGT «Le Guide vos vacances»
- Ouverture d'un nouvel espace ludique au Restoroute de la Gruyère
- Maintien de la présence importante de La Gruyère dans les campagnes de l'Union fribourgeoise du Tourisme et de Suisse Tourisme
- Renfort de l'Incoming
- Organisation d'une séance info-workshop sur le label Swisstainable pour les partenaires de la région
- Partenaires: renforcement des actions communes de communication
- Création de packages d'expériences touristiques
- Création d'un nouveau produit Day Pass Gruyère
- Création d'un forfait «Passeport Wellness»

---

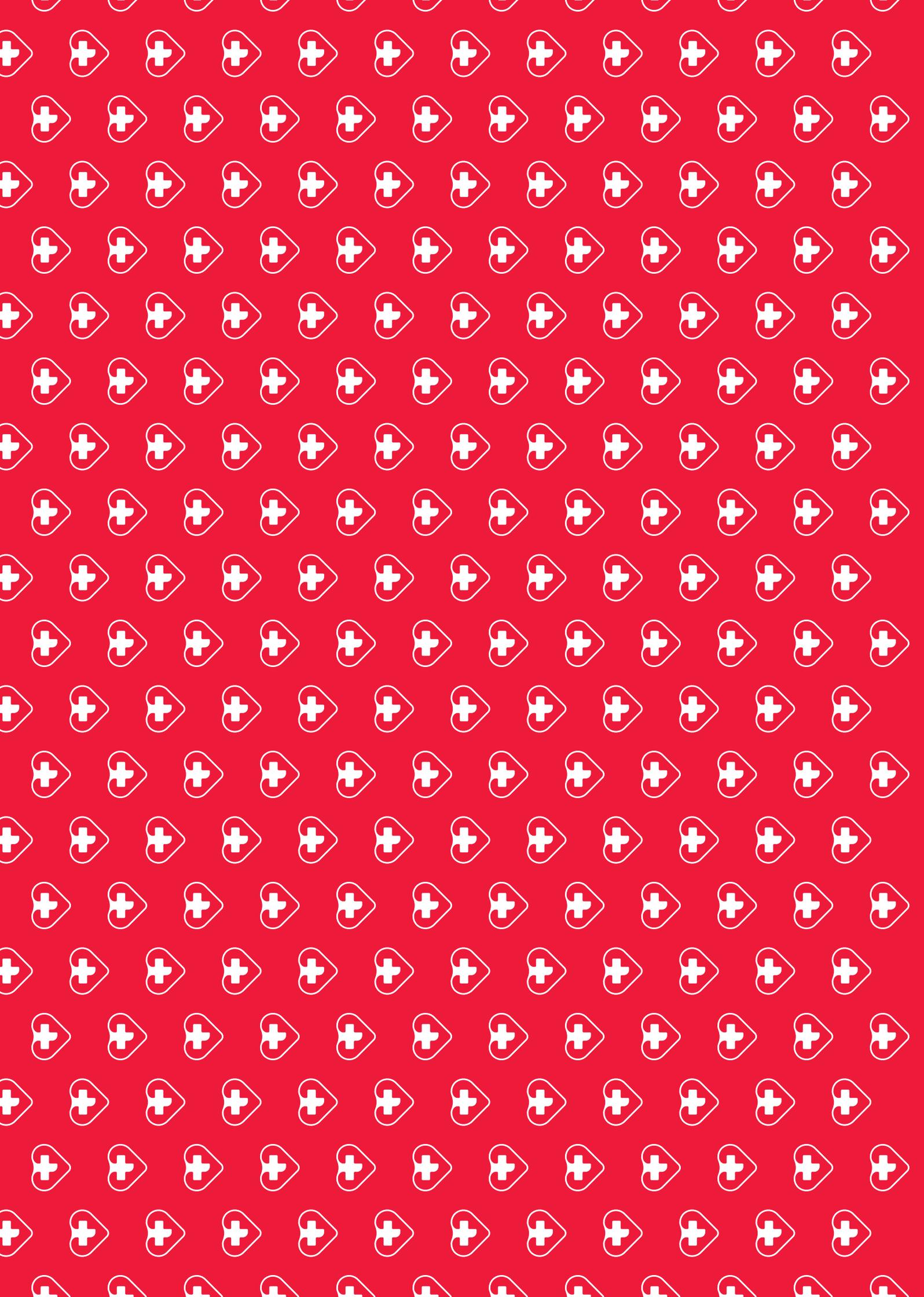
## Organisation – structures

- Finaliser la stratégie touristique régionale
- Finaliser la nouvelle gouvernance du tourisme gruérien et planifier son application en 2024
- Déménagement des bureaux de la direction, de l'administration, de la comptabilité et du marketing pour se rapprocher du nouvel Office du Tourisme en gare de Bulle
- Améliorer la collaboration et développer des synergies avec les Offices du Tourisme de Moléson et de Jaun
- Amélioration des conditions de travail générales

Suivez nos activités  
[www.la-gruyere.ch/rapport](http://www.la-gruyere.ch/rapport)  
[www.la-gruyere.ch/newsletter](http://www.la-gruyere.ch/newsletter)







# LA GRUYÈRE



UN PAYS DE CŒUR  
EINE REGION MIT HERZ  
A LAND WITH A HEART  
LA-GRUYERE.CH

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

## Nous remercions également

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

pour leurs précieuses contributions  
et leur soutien dans nos activités

- 📘 [facebook.com/RegionLaGruyere](https://facebook.com/RegionLaGruyere)
- 📷 [flickr.com/fribourgregion](https://flickr.com/fribourgregion)
- 🐦 [twitter.com/La\\_Gruyere](https://twitter.com/La_Gruyere)
- 📺 [youtube.com/lagruyeretourisme](https://youtube.com/lagruyeretourisme)
- 📷 [instagram.com/lagruyere](https://instagram.com/lagruyere)  
[#lagruyere](https://twitter.com/lagruyere)

[www.la-gruyere.ch/rapport](http://www.la-gruyere.ch/rapport)

Recevez-vous notre newsletter?

[www.la-gruyere.ch/newsletter](http://www.la-gruyere.ch/newsletter)

## LA GRUYÈRE TOURISME

Place de la Gare 3  
1630 Bulle  
+41 (0)26 919 85 00  
[info@la-gruyere.ch](mailto:info@la-gruyere.ch)  
[www.la-gruyere.ch](http://www.la-gruyere.ch)

Droits : La Gruyère Tourisme, UFT/FTV, Suisse  
Tourisme, Dominik Baur, Pascal Gertschen,  
Yannick Romagnoli, Tibet Museum, Jan Geerk,  
Hotel D, Hotel Wasserfall

# LA GRUYÈRE TOURISME

