

1^{er} mars 2024

L'ambitieuse feuille de route du tourisme fribourgeois

Le tourisme fribourgeois dispose désormais d'un document de référence sur la vision commune de son développement. Forte de 12 axes principaux, la « Stratégie de développement du tourisme fribourgeois 2024 – 2030 » a pour objectif de faciliter la coordination de l'action des divers acteurs et actrices de la branche. Elle renforce la position des structures touristiques reconnues par la loi sur le tourisme en tenant compte de l'évolution sociétale, de la digitalisation et du développement durable. La stratégie peut s'ancrer sur le bilan 2023, année de tous les superlatifs au niveau des nuitées commerciales et de la fréquentation des destinations.

La stratégie de développement du tourisme fribourgeois 2024 – 2030 s'inscrit dans la continuité du livre blanc « Le tourisme suisse et fribourgeois » et de l'application de la nouvelle loi sur le tourisme (LT) du 8 octobre 2021 et son règlement (RT). Basées sur une analyse approfondie, les réflexions stratégiques se déroulent sur plusieurs mois et s'adaptent aux changements dus au fort impact de la pandémie sur le secteur du tourisme. Validé par le Comité de l'UFT en 2023, le document stratégique est approuvé selon les dispositions légales par le Conseil d'Etat en février dernier.

La stratégie dessine la vision du futur en mettant en évidence le potentiel du tourisme fribourgeois et la nécessité d'une étroite collaboration des acteurs et actrices concernés. Propice par sa petite taille à l'émergence de projets novateurs et ambitieux, la région de Fribourg se veut agile pour relever les défis liés au numérique et au développement d'un tourisme durable et authentique. Pour ce faire, seule la mise en commun des ressources, des compétences et des réseaux touristiques répondra aux besoins toujours plus dynamiques des hôtes.

Une synthèse en 12 axes principaux

Formulée par 12 axes principaux, la stratégie de développement du tourisme fribourgeois 2024 – 2030 s'applique en particulier à l'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT), aux Organisations touristiques régionales (OTR) et aux structures qui les intègrent. Chaque axe relève de la même importance et se déclinera dans le plan d'action stratégique. Si le document comprend des objectifs qualitatifs et quantitatifs à court, moyen et long terme, plusieurs axes stratégiques se concrétisent par diverses actions et projets en cours. En voici quelques exemples.

L'axe 1 positionne Fribourg comme laboratoire du tourisme. Deux projets stratégiques soutenus par Innotour prennent déjà une dimension nationale dont la 13^e région touristique suisse peut être fière. Plusieurs destinations et régions touristiques romandes utilisent en effet tout ou part des fonctions de la plateforme en ligne « CheckIn-FR », destinée à l'enregistrement des hôtes. Suscitant un intérêt marqué du SECO, le projet de « Data Warehouse » facilite la gestion des données et prépare aux défis futurs liés à l'intelligence artificielle.

L'axe 3 affiche les ambitions du tourisme durable. L'UFT participe au programme Swisstainable de Suisse Tourisme par l'obtention en 2023 du niveau 2 et sert de relais auprès des associations faitières fribourgeoises afin de les encourager à concrétiser leur engagement pour la durabilité. Elle collabore à la mise en œuvre de la mesure inscrite au Plan climat cantonal « Soutien au tourisme local et aux produits du terroir » et se mobilise pour un tourisme sans barrières. L'accessibilité aux offres touristiques se réalise par la signature d'une charte de l'initiative OK:GO et l'introduction, en collaboration avec Pro Infirmis Fribourg, de pictogrammes sur près de 300 points d'intérêt du site fribourg.ch.

L'axe 12 mise sur une forte intégration des outils digitaux. Les campagnes marketing de l'UFT réalisées en collaboration avec les régions et divers partenaires se veulent digitales, pour certaines à 100%. Le site unifié de la marque Fribourg, le nouveau site institutionnel de l'UFT, le site du Championnat du monde de hockey sur glace 2026 démontrent de l'importance d'une force de frappe commune. Il en va de même des réseaux sociaux où le tourisme bénéficie plus que toute autre branche de la puissance de l'image.

Stratégie marketing et communication en devenir

Les axes de la stratégie de développement du tourisme fribourgeois 2024 – 2030 se concrétisent au niveau opérationnel par un plan d'action. Sur cette base est élaborée la « Stratégie marketing et communication du tourisme fribourgeois » en coordination avec les régions et la Commission marketing et promotion touristique de l'UFT. Elle prend en compte la segmentation, le positionnement, les produits et services définis par la stratégie globale. En cours de finalisation, elle définira les activités permettant d'atteindre les objectifs fixés.

L'intérêt des hôtes ne s'arrête pas aux frontières des districts. Pour Pierre-Alain Morard, directeur de l'UFT : « De la collaboration et de l'engagement de l'ensemble des acteurs touristiques dépendra la réussite de la mise en œuvre de cette stratégie de développement 2024 – 2030. Si la nouvelle stratégie se veut pragmatique, elle renferme aussi ambition, innovation et volonté de valoriser les atouts de la plus petite région touristique suisse ».

Des résultats 2023 au top !

A l'exemple du tourisme suisse, le bilan fribourgeois affiche en 2023 des résultats records tant au niveau des nuitées que de la fréquentation des lieux de visite. Proche des 500'000 nuitées, l'hôtellerie enregistre une hausse de 5% avec une évolution réjouissante dans la plupart des districts, dont un pic durant le mois d'août. Avec une large reprise de la clientèle des pays limitrophes, les Suisses restent fidèles au canton avec près de 70% de part de marché.

La parahôtellerie commerciale évolue de manière favorable avec ~ 365'000 nuitées. Si la stabilité est de mise dans les chambres d'hôtes, les campings voient leurs hôtes de passage augmenter fortement depuis 2019 de plus de 47%. A noter que les chiffres relatifs aux hébergements collectifs ne comprennent plus les nuitées des enfants, estimées à 54'000, en raison de leur exemption de la taxe de séjour depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur le tourisme. Au niveau résidentiel, plus de 6'000 forfaits propriétaires sont comptabilisés.

Forte affluence dans les lieux de visite

Retrouvant une activité annuelle, les musées, lieux de visite et attractions touristiques survolent même la fréquentation de 2019, avec une hausse moyenne de 15% par rapport à l'an dernier. Le retour de la clientèle des marchés lointains ainsi que l'accessibilité facilitée aux attractions de la Gruyère contribuent notamment à ces magnifiques résultats.

Personnes de contact :

Pierre-Alain Morard, Directeur de l'Union fribourgeoise du Tourisme,
tél. 075 434 97 96, secretariat@fribourg.ch.

Christophe Renevey, Directeur adjoint de l'Union fribourgeoise du Tourisme,
tél. 079 321 03 45, christophe.renevey@fribourg.ch.

Un grand choix de photos de presse sont disponibles et téléchargeables en haute résolution [dans notre librairie](#). Nous nous chargeons bien entendu également de vos demandes d'images spécifiques. Vous trouvez de plus sous fribourg.ch/medias notre [nouvelle page « Inspiration »](#) ainsi que de nombreuses informations sur les destinations touristiques fribourgeoises.