

# Rapport d'activité 2023

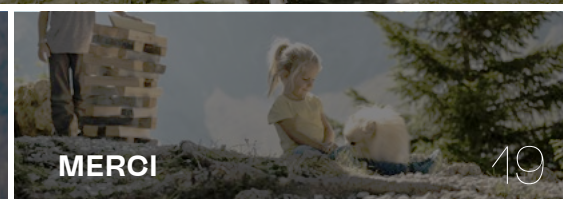
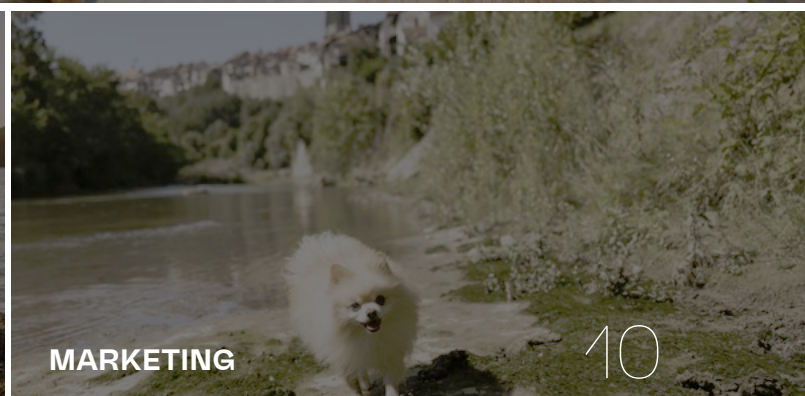
*Union fribourgeoise du Tourisme - 99<sup>e</sup> exercice*



FRIBOURG

SUISSE SCHWEIZ  
SWITZERLAND

# SOMMAIRE



**JEAN-PIERRE DOUTAZ**

Président de l'UFT

**PIERRE-ALAIN MORARD**

Directeur de l'UFT

# CHECK SUR 2023

Président et Directeur de l'UFT jettent un regard sur 2023 et se disent confiants dans la capacité d'innovation du tourisme fribourgeois.

## Au vu des magnifiques résultats 2023, la pandémie n'est-elle plus qu'un mauvais souvenir ?

*Jean-Pierre Doutaz*: La pandémie entre dans les souvenirs marquants du tourisme fribourgeois. Grâce à l'agilité et la résilience des prestataires et des organismes touristiques, la reprise s'est faite rapidement, au-delà de nos espérances.

*Pierre-Alain Morard*: Il y a des souvenirs plus agréables, mais le cours de nos vies a heureusement repris des couleurs. Les excellents résultats 2023 récompensent une vraie dynamique d'équipe et la très grande diversité de l'offre sur l'ensemble du territoire cantonal.

## Quel projet a marqué de son empreinte le tourisme fribourgeois l'année dernière ?

*JPD*: Les dispositions liées à la taxe de séjour finalisent l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur le tourisme. Dans un autre registre, le rapprochement entre culture et tourisme ouvre une voie favorable à l'événementiel et à ses multiples acteurs.

*PAM*: La capacité des prestataires à remettre l'ouvrage sur le métier malgré les embûches, mais le fait marquant reste pour moi la fête dédiée à l'inscription de la saison d'alpage au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, un vrai régale émotionnel !

## Comment conjuguer développement durable avec flux touristiques ?

*JPD*: L'un ne doit pas s'opposer à l'autre. En réponse au développement durable, l'offre des prestataires doit inclure une mobilité douce permettant de découvrir toute la richesse de notre région. La ligne ferroviaire directe Berne – Broc-Chocolaterie, traversant le canton du nord au sud, répond parfaitement à cet enjeu.

*PAM*: Pour y parvenir, il faut beaucoup de bon sens et de tact, complété d'une vraie connaissance des produits et des besoins des hôtes. En ce sens, les résultats de l'étude sur le comportement des visiteurs nous aident et guident nos choix stratégiques.

## La région de Fribourg dispose de précieux atouts, quelle carte doit-elle jouer en premier ?

*JPD*: La plus petite région touristique suisse doit se montrer solidaire et unie afin d'être bien présente et attractive au niveau national. A l'image des actions entreprises pendant la pandémie, seule une coordination et une mise en commun des moyens assurent d'une meilleure force de frappe.

*PAM*: Une carte unique, authentique, digitale et ambitieuse qui donne du rythme à nos actions et quelques atouts en réserve pour avoir envie d'y revenir: Fribourg, terre de défis !

# 1. CHIFFRES CLÉS

## 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. Les chiffres dépassent ceux de 2019, année considérée comme exceptionnelle.

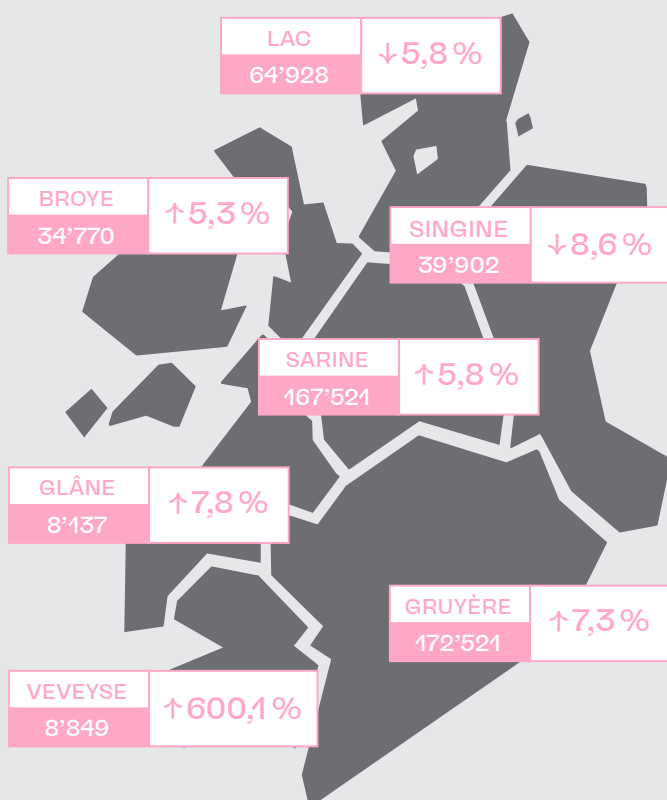
### HÔTELLERIE

Proche du cap des 500'000 nuitées, l'hôtellerie enregistre une hausse de 5% avec une progression réjouissante dans la plupart des districts. Marquée en Gruyère, l'évolution se confirme également en Sarine, Glâne et Veveyse en particulier.

### NUITÉES HÔTELIÈRES



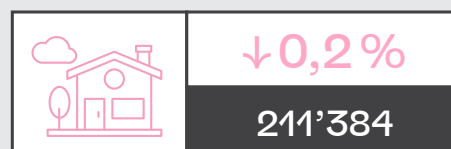
### NUITÉES PAR DISTRICT



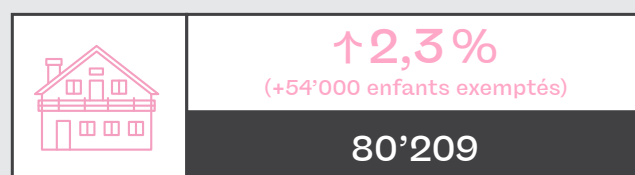
### PARAHÔTELLERIE COMMERCIALE

La parahôtellerie commerciale trouve sa clientèle avec près de 365'000 nuitées. Si la stabilité est de mise dans les chambres d'hôtes, les campings voient leurs hôtes de passage augmenter fortement depuis la pandémie. A noter que les chiffres relatifs aux hébergements collectifs ne comprennent plus les nuitées des enfants (>16 ans), 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.

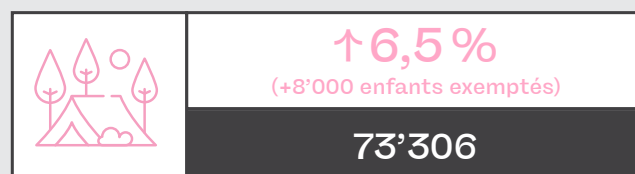
### LOCATION CHALETS APPARTEMENTS / B&B / AIRBNB



### HÉBERGEMENTS COLLECTIFS



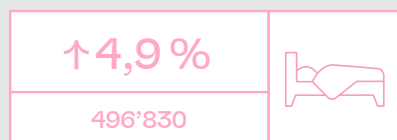
### CAMPINGS (NUITÉES DE PASSAGE)



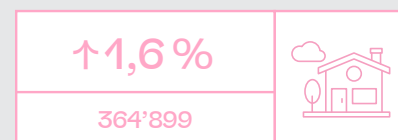
## NUITÉES COMMERCIALES

Les nuitées commerciales globales bénéficient d'une augmentation de 3,5 % pour 861'729 nuitées. La diversité des types d'hébergement offre une alternative à l'hôtellerie.

### HÔTELLERIE



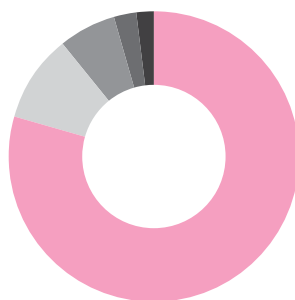
### PARAHÔTELLERIE








**TOTAL** 861'729 ↑3,5%

## PROVENANCE ET PART DE MARCHÉ DE L'HÔTELLERIE

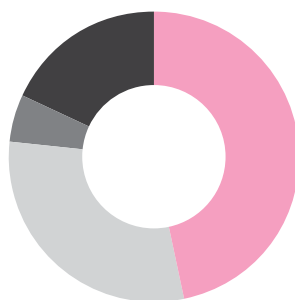
Les Suisses restent fidèles au canton avec près de 70% de part de marché. La progression se dessine de manière réjouissante dans les pays limitrophes, à l'image de la France et de la zone Euro.



Pays	Nuitées	Parts de marché
 Suisse	343'047	69%
 France	42'595	8,6%
 Allemagne	26'649	5,4%
 Italie	11'081	2,2%
 Espagne	7'927	1,6%

## SECTEUR RÉSIDENTIEL

Au niveau résidentiel, les chalets et appartements de vacances constituent près de la moitié des 6'000 forfaits propriétaires.



 Chalets et appartements de vacances	2'860
 Mobil-homes	1'834
 Caravanes	317
 Bateaux	1'104
<b>TOTAL</b>	<b>6'115</b>

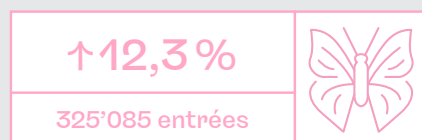
## MUSÉES, LIEUX DE VISITE ET ATTRACTIONS TOURISTIQUES (TOP 5)

Avec le retour de la clientèle des marchés lointains et une activité sur l'ensemble de l'année, les musées, lieux de visite et attractions touristiques atteignent une fréquentation largement supérieure à celle d'avant covid. Si la hausse se monte à 15 % en moyenne, le top 5 accueille plus de 1,4 million de visiteurs, soit une augmentation de 20 %.

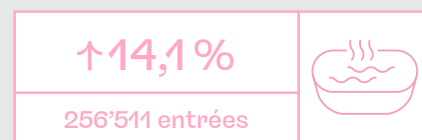
### MAISON CAILLER, BROCC



### PAPILIORAMA, KERZERS



### LES BAINS DE LA GRUYÈRE, CHARMÉY



### LA MAISON DU GRUYÈRE, PRINGY



### CHÂTEAU DE GRUYÈRES, GRUYÈRES





## 2. STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT

Deux projets stratégiques prennent une dimension nationale dont la plus petite région touristique suisse peut être fière.

Plusieurs régions et destinations touristiques romandes utilisent désormais tout ou part des fonctions de la plateforme en ligne CheckIn-FR. Destiné à la saisie et la transmission des données liées à l'enregistrement des hôtes, le programme initié par l'UFT regroupe plus de 460 hébergeurs fribourgeois. Il permet également l'envoi automatisé de la carte d'hôte cantonale proposant 33 offres aux hôtes en séjour dans la région.

Soutenu par Innotour, le projet Data Warehouse suscite un intérêt marqué du SECO par son innovation. Il se poursuit avec la mise en place d'une architecture pour l'intégration des multiples sources de données. La réalisation de reportings pour les réseaux sociaux constitue une première concrétisation de la gestion de ces données. Utilisant la « Business Intelligence », le projet prépare notamment aux défis futurs liés à l'intelligence artificielle.

Dans le même esprit, le nouveau système de Digital Asset Management (DAM) de la plateforme Frontify facilite le traitement des données numériques telles qu'images, vidéos ou fichiers audio. Le référencement et l'insertion en 2023 des métadonnées de plus de 7'000 photos constituent une précieuse base de travail. Mis à disposition des OTR et de Terroir Fribourg, cet outil professionnel de partage répond également aux besoins des médias.

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) et de son règlement (RT). Elle renforce, par ses 12 axes, le développement et la professionnalisation des structures touristiques reconnues par la LT en tenant compte de l'évolution sociétale, de la digitalisation et du développement durable. De cette stratégie va découler la stratégie marketing et communication, un document évolutif à établir en collaboration avec les OTR et les associations faitières liées au tourisme.

Présentés en mars, les résultats de l'étude de comportement des hôtes se basent sur la récolte de données de 2021 et 2022 afin de disposer d'un panel aussi représentatif que possible. Le rapport final souligne l'adéquation entre l'offre et la demande ainsi que le travail réalisé par les prestataires dans les sept districts. Les hôtes à la recherche de nature, de traditions et de gastronomie, se disent pour 94 % satisfaits de leur séjour dans le canton. Le développement des transports publics et de la mobilité douce devrait à terme modifier le comportement des hôtes dont 61 % arrivent en véhicule privé ou de location. En cours d'évaluation, une large palette de recommandations se met en place.

Issu du projet FIT'NG 2021, pour Fribourg Innovation Tourism for Next Generations, le système digital commun de comptabilité

financière et analytique prend forme. L'UFT se voit confier en 2023 le mandat de gestion opérationnelle des comptabilités des OTR de Romont et de Schwarzsee-Senseland Tourismus, l'Association Touristique de la Broye les rejoignant en 2024. De son côté, La Gruyère Tourisme utilise le système comptable tout en conservant sa propre gestion.

L'UNESCO inscrit le 5 décembre 2023 la saison d'alpage sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. L'UFT s'associe à l'organisation de la journée officielle honorée de la présence du président de la Confédération, Alain Berset. L'inscription de la saison d'alpage renforce la collaboration entre les cantons et les secteurs d'activité afin de valoriser et de faire perdurer ce patrimoine vivant.





# 3. ACTIVITÉS INSTITUTIONNELLES

## 3.1. ACTIVITÉS STATUTAIRES

Organisée à Estavayer-le-Lac, la 98<sup>e</sup> Assemblée générale de l'UFT renouvelle le mandat pour quatre ans des membres du Comité et de leur président, Jean-Pierre Doutaz. Ces assises sont l'occasion d'accueillir trois personnalités représentatives des valeurs du canton : Thierry Jobin, Gustav et Mathilde Gremaud par vidéo interposée.

Conformément aux statuts, le Comité approuve la nomination de son vice-président en la personne de Daniel Lehmann, président de l'Association régionale du Lac. Il valide la composition de la Commission marketing et promotion touristique et celle de la Commission financière. Les groupes de travail « Gratuité des transports publics » et « Soutien aux événements » siègent chacun à une reprise. Le Comité prolonge la convention marketing avec Jura & Trois-Lacs incluant leur stratégie de développement 2024 - 2027.

Présidée par Serge Collaud et Johanna Gapany à la vice-présidence, la Commission marketing et promotion touristique accueille

deux nouveaux membres : Terroir Fribourg et l'Association fribourgeoise des loisirs et des sports (AFLS). Elle soutient l'inauguration de la ligne directe RER Berne – Broc-Fabrique (Broc-Chocolaterie) et collabore aux diverses campagnes marketing avec la COD. La Commission se penche également sur son processus de décision, de responsabilité et de financement.

## 3.2. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

N'étant plus imprimé, le rapport d'activité de l'UFT se décline en versions PDF et animée, mettant en exergue les points forts de l'année 2023. Mis en ligne le 1<sup>er</sup> avril, le nouveau site institutionnel [uft-ftv.ch](http://uft-ftv.ch) apporte – en huit rubriques – un éclairage sur les activités de l'organe faïtier du tourisme fribourgeois.

Petit-déjeuner presse, voyages de presse et communiqués font l'objet d'une douzaine d'envois aux médias et destinataires institutionnels. Les reportings démontrent de belles retombées, tant au niveau online que dans la presse dite traditionnelle.



### 3.3. DURABILITÉ

Le tourisme durable n'a jamais été autant d'actualité. L'UFT obtient en 2023 le niveau 2 du programme Swisstainable de Suisse Tourisme (ST) auquel 60 entreprises fribourgeoises participent. Elle relaie les objectifs de ce programme auprès des associations faitières afin de les encourager à concrétiser leur engagement pour la durabilité.

L'accent porté sur l'accessibilité des offres touristiques se réalise par la signature d'une charte de l'initiative OK:GO et la poursuite d'une collaboration avec Pro Infirmis Fribourg. Le site de l'UFT comprend des pictogrammes visibles sur près de 300 points d'intérêt audités par l'organisation en charge du soutien aux personnes en situation de handicap.

Labellisée «Entreprise de la fondation Carbon Fri», l'UFT réalise un plan de mobilité afin de réduire les effets des déplacements pendulaires et professionnels. Elle met également plusieurs mesures en œuvre à l'interne: réduction de 21 % des courriels et de 33 % des fichiers sauvegardés sur le serveur, participation record à «Bike to work» et campagne de sensibilisation intégrée aux actions marketing.

### 3.4. EVÉNEMENTS

La soirée des membres de l'UFT du 6 septembre se conjugue avec la rencontre de la présidence, des membres du Comité et de la direction de Suisse Tourisme. Mise sur pied à la Maison Cailler, elle offre une occasion unique d'échanger avec l'organisation nationale du tourisme, d'identifier les problématiques communes et les synergies possibles.

La rencontre PROtourism, entre professionnels de la branche, se déroule en août dans le cadre musical du LAC NOIR Schwarzsee Festival. Plus de 800 acteurs du tourisme fribourgeois bénéficient en 2023 du Pass PROtourism leur donnant accès de manière illimitée à 72 offres à prix réduit.

### 3.5. FONDS D'ÉQUIPEMENT TOURISTIQUE DU CANTON DE FRIBOURG (FET)

Présidé par le Conseiller d'Etat Olivier Curty, le Comité de gestion du FET - dont le secrétariat est assuré par l'UFT - se réunit en 2023 à trois reprises. Il confirme la poursuite du financement de 25 projets d'infrastructures touristiques et le soutien de la mise à jour de l'installation électrique du funiculaire de Moléson. Le Comité valide trois projets de construction ou d'extension d'hôtels selon les critères de la nouvelle loi sur le tourisme. Le total des engagements du fonds se monte ainsi à 1,7 million de francs pour l'année sous revue.

La plateforme [www.fet-tff.ch](http://www.fet-tff.ch) est à disposition pour le dépôt des dossiers auprès du FET, afin d'obtenir les diverses aides destinées aux projets de faible ampleur, de grande ampleur ou d'importance cantonale.

### 3.6. CENTRALE FRIBOURGEOISE D'ENCAISSEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR

L'uniformisation des tarifs des taxes de séjour au 1<sup>er</sup> janvier 2023 permet de renforcer les moyens à disposition des OTR et de l'UFT. Les enfants jusqu'à 16 ans révolus se trouvent désormais exemptés du paiement de la taxe.

En charge du recouvrement des taxes pour l'ensemble du canton, la Centrale fribourgeoise d'encaissement de la taxe de séjour ristourne mensuellement la taxe régionale de séjour aux OTR. Le produit des taxes cantonale et régionale de séjour se monte ainsi à 5,1 millions de francs pour 2023, répartis à raison de 2,55 millions en faveur des OTR, respectivement de l'UFT.

Les résidents secondaires reçoivent 6'200 bons GastroFribourg, d'une valeur de 25 francs, en guise de remerciement pour leur fidélité. Cette action de sensibilisation, débutée au sortir de la pandémie par la remise de bons auprès des remontées mécaniques et de la navigation, sera reconduite en 2024.



# 4. MARKETING

## CAMPAGNES ET MARCHÉS: POINTS FORTS

La nouvelle marque territoriale «Fribourg» relie les prestataires du tourisme, de la gastronomie, de la culture et du sport sous une même identité afin de consolider la visibilité de l'image du canton. Elle se décline désormais sur tous les supports et actions promotionnelles de la région de Fribourg.

Dans ce contexte, l'UFT renforce en 2023 ses collaborations avec Fribourgissima Image Fribourg par la prise en charge notamment du secrétariat pendant le congé maternité de la cheffe de projet. Etroitement liée aux activités de Terroir Fribourg, elle se charge depuis le mois de mai dernier de la communication digitale de l'association.

Financées par le fonds de marketing touristique coordonné, les campagnes stratégiques se décident en coordination avec la COD (Conférence des directeurs-trices des OTR). Chaque saison dispose de sa propre campagne marketing destinée au public suisse, en particulier outre Sarine. L'UFT s'associe aux actions de Suisse Tourisme pour la promotion sur les marchés étrangers de proximité, exception faite de l'Allemagne où elle collabore avec une agence de relations publiques.

### Campagne printemps

Après deux années au bénéfice du plan de relance, la campagne printemps se réalise de manière autonome. Elle se distingue comme première campagne effectuée sous la marque Fribourg et dont l'offre se retrouve sur le nouveau site fribourg.ch.



**6,5**  
millions

Plus de 6,5 millions d'impressions gagnées grâce au marketing programmatique avec bannières et articles sur les versions en ligne de nombreux médias suisses

### Campagne automne

Réalisée pour la 3<sup>e</sup> fois en collaboration avec Terroir Fribourg, la campagne digitale «Automne et saveurs» a pour objectif de prolonger la saison estivale par de courts séjours. Elle enregistre sous le label Carbon

Fri une baisse de 8% des émissions carbone pour sa préparation.



**4,6**  
millions

Près de 4,6 millions d'impressions sur les réseaux sociaux dont ceux de Terroir Fribourg



**21**  
actions

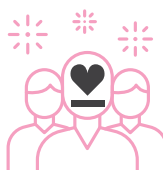
21 actions digitales générant plus de 23 millions d'impressions

### Campagne suisse été

La découverte des 7 régions du canton par le petit chien Louki sert de fil rouge à la campagne été. Ce concept vidéo original débouche sur d'excellents résultats tant au niveau du trafic sur la landing page que sur les réseaux sociaux et autres actions digitales.

### Campagne hiver

Dotée d'un petit budget, la propre campagne hiver de la région de Fribourg se décline en 2023 sur le même concept que celui des trois autres saisons. Le succès du «Calendrier de l'Après» dope les chiffres de vues uniques de la page dédiée, encore jamais atteints en hiver.



**55'000**  
participants

Plus de 55'000 participants au Calendrier de l'Après sur le mois de janvier

## Campagnes internationales



**556'000**  
vues

-556'000 vues sur Youtube de la vidéo «moitié-moitié» tournée avec Gustav

**Eté**  
La campagne été de Suisse Tourisme (ST) offre à la région de Fribourg une plateforme digitale et print de choix. La vidéo multimedia de Gustav dégustant une fondue moitié-moitié se démarque sur Youtube. En coordination avec Fribourg Tourisme et Région, ST réalise quelques actions dans le cadre de la campagne «Summer in the city».

**Hiver**  
Produit par ST et diffusé online en six langues, le contenu de la campagne hiver comprend quatre key visuals de la région de Fribourg. L'organe suisse de promotion cible la génération Z avec humour et durabilité.



**6,9**  
millions

Un total de 6,9 millions d'impressions pour la région de Fribourg sur les multicanaux print et online de ST

**Campagne Allemagne**  
Fribourg Région collabore pour la dernière année avec l'agence Wächter&Wächter, basée à Munich, pour sa propre campagne sur le marché allemand.



**17**  
millions

Publireportage sur les divers canaux numériques du Stuttgarter Zeitung pour 17 millions de visites mensuelles



**4,6**  
millions

4,6 millions d'impressions sur les réseaux sociaux par 3 influenceurs en collaboration avec le guide online «Le Fooding»

**Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme France**  
ST France mise sur des actions réalisées avec des médias, des influenceurs et blogueurs de renom. L'événement de la campagne individuelle de la région de Fribourg bénéficie à Paris d'un repas exclusif concocté par le chef étoilé de la Pinte des Mossettes.



**15**  
journalistes

Accueil de 15 journalistes lors d'un événement médias organisé à Barcelone

**Campagne et collaboration avec Suisse Tourisme Espagne**  
Les actions destinées à l'Espagne se concentrent sur le travail des médias dont une présence sur les versions online de plusieurs magazines. Une carte routière invite les Espagnols adeptes des roadtrips à parcourir les versions durables du Grand Tour de Suisse.

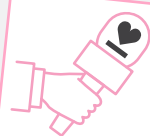
## RELATIONS MÉDIAS ET INFLUENCEURS

En collaboration avec ST et les partenaires concernés, l'UFT accueille plus de huitante représentants des médias touristiques et influenceurs. Elle initie de plus trois propres voyages de presse à l'intention des médias suisses.



**404**  
articles

404 articles influencés avec plus de 140 millions de contacts dont un quart en Suisse



**84**  
journalistes

Accueil de 84 journalistes lors de 38 voyages de presse multi-destinations dont 3 voyages de groupe initiés par l'UFT



**5,2**  
millions

29 articles générés par Susi Schildknecht en charge des relations publiques pour la Suisse alémanique pour un lectorat de 5,2 millions de personnes

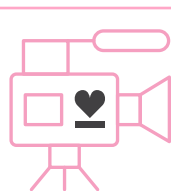
## PUBLICATIONS

Avec l'abandon des salons et des espaces situés dans les restoroutes de l'A1 et l'A12, la diffusion des brochures se limite aux offices du tourisme et partenaires de la région de Fribourg.



**17'000**  
brochures

Près de 17'000 brochures globales diffusées dont principalement celle des Highlights de la région de Fribourg



**200**  
videos

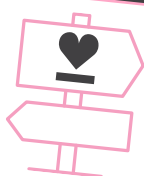
Tournage et montage à l'interne de 200 vidéos et de 2'000 photos aux formats adaptés aux divers réseaux sociaux

## MATÉRIEL PHOTOGRAPHIQUE ET VIDÉOS

L'UFT réalise et produit la majorité des photos et vidéos à l'interne grâce à une équipe de créateurs de contenu disposant de matériel de dernière génération.

## PANNEAUX AUTOROUTIERS

La pose de panneaux autoroutiers se concrétise sur la durée en raison du processus de validation. Validés par les OTR, les huit visuels relatifs aux régions touristiques du canton répondent aux normes légales.



- Dossier technique déposé auprès de l'OFROU pour adoption
- Adaptations au niveau des emplacements nécessitant un dépôt de dossier complémentaire
- Mise en place des panneaux en automne 2024

## COMMUNICATION MARKETING ET INFORMATION

### Site internet

La mise en ligne du nouveau site fribourg.ch est effective en mars 2023. Elaboré en collaboration avec Fribourgissima Image Fribourg et les OTR, le site affiche une légère baisse des visites en raison de la transition vers le nouvel URL.

Le printemps marque également le lancement du nouveau site institutionnel uft-ftv.ch mettant en lumière les activités de l'organe faïtier du tourisme fribourgeois.



**3,7 millions**

Plus de 3,7 millions de visites sur le site fribourg.ch comprenant les 7 régions touristiques



**70% du trafic**

Utilisation du site en majorité sur la version mobile avec 70% du trafic global

### Blog Fribourg

Le blog de la région de Fribourg connaît une forte progression de plus de 120% depuis son intégration sur le site unifié et la migration sur fribourg.ch où il figure, à chaque page, dans la barre de menu.



**32'000 visites**

Près de 32'000 visites sur le blog avec une préférence pour la gastronomie sur la version française et les balades en famille côté alémanique



**28'000 abonnés**

Envoi de la Newsletter à 11 reprises à plus de 28'000 destinataires  
Taux d'ouverture unique de 39% des versions française et allemande

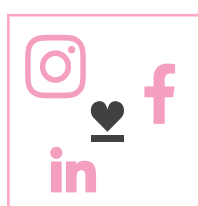
### Newsletter marketing

Le contenu des Newsletters marketing se concentre sur les actions des campagnes de promotion tout en intégrant un article du blog et la photo coup de cœur du mois sur Instagram. Les concours, avec à la clé des prix attractifs, suscitent un intérêt de plus en plus marqué de la part des abonnés.





## COMMUNICATION MARKETING ET INFORMATION



Réseaux sociaux	Communauté	Posts	Stories	Audience	Taux d'engagement
<b>Facebook</b>					
Page Suisse romande	79 290	161		8 276 987	9,14%
Page Suisse alémanique	16 414	162		4 107 473	9,75%
Page France	65 891	157		5 464 686	10,06%
Page Allemagne	26 861	109		2 100 176	10,90%
<b>TOTAL</b>	<b>188 456</b>			<b>19 949 322</b>	
<b>Instagram</b>	33 917	194	490	8 213 659	10,54%
<b>LinkedIn</b>	3 618	91			12,55%

### Réseaux sociaux

Les communautés sur Facebook et Instagram comptent parmi les plus importantes du canton. Le travail de contenu réalisé à l'interne mise sur la qualité et la régularité des publications.



# 5. ITINÉRAIRES OFFICIELS DE LOISIRS

## 5.1. Loi sur la Mobilité (LMob)

Entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2023, la loi sur la mobilité (LMob) donne désormais un cadre à l'ensemble des activités de mobilité douce regroupées sous le thème « Itinéraires officiels de loisirs ». Aux itinéraires pédestres et de cyclotourisme s'ajoutent les réseaux de VTT, équestre, hivernal et les voies historiques. L'UFT et le canton financent le balisage dans son intégralité, les communes restent en charge de l'entretien des sols et infrastructures. L'organisme cantonal apporte en 2023 son support aux Organisations touristiques régionales en particulier au niveau de l'offre quatre saisons et de sa communication.

Avec la LMob, l'UFT peut s'appuyer sur des bases claires pour définir et construire le réseau officiel cantonal VTT. Avant de pouvoir être considérés comme officiels, les itinéraires VTT devront passer par une première phase de consultation interne auprès des services de l'Etat concernés, puis par une deuxième phase de mise à l'enquête publique. Une fois ces deux étapes validées, les itinéraires intégreront le réseau officiel cantonal VTT.

## 5.2. Réseau pédestre été et hiver

### Organisation

La LMob confie à l'UFT la signalisation des itinéraires pédestres officiels, à savoir la coordination et la pose du balisage. A la belle

saison, une équipe de 38 baliseurs et baliseuses s'active avec passion aux tâches de contrôle des chemins pédestres et de l'entretien de la signalisation.

Les travaux liés aux itinéraires de randonnée hivernale et de raquettes à neige relèvent par contre d'équipes organisées dans les régions. L'UFT coordonne toutes les questions au niveau cantonal et organise des séances d'échange et d'information afin d'assurer une qualité uniforme du balisage.

De multiples tâches se greffent de plus à la gestion des divers réseaux d'itinéraires de loisirs afin d'en assurer leur planification et leur réalisation conformément aux dispositions légales, aux normes en vigueur et aux recommandations des diverses instances nationales.

### Consultations

- Préavis émis lors de consultations cantonales à 26 reprises dont 6 liés à des projets d'infrastructures
- Consultations par des services cantonaux, communaux, des entreprises, organisations ou des privés
- Actualisation des données concernant 9 cas transmis à Suisse-Mobile, swisstopo et au Canton
- Conseils auprès de diverses associations et de tiers lors de la création de nouveaux itinéraires

### Planification - aménagement - financement

- Réseau de chemins de randonnée et itinéraires officiels de loisirs avec pour objectif d'améliorer l'attractivité des tracés par une diminution du revêtement en dur, des dangers routiers ou des conflits de cohabitation
- Soutien du fonds d'entretien de Suisse Rando et du «Fonds Mobilière ponts et passerelles» pour 2 projets
- Cours de construction et d'entretien de chemins de randonnée pédestre (2 jours) en collaboration avec Suisse Rando et la commune de Val-de-Charmey

### Balisage

- Planification de la formation continue des 38 baliseurs et baliseuses en collaboration avec SuisseRando
- Organisation des séances de coordination liées aux saisons d'été et d'hiver
- Contrôle et entretien des 1'830 km de chemins de randonnée
- Financement du balisage du réseau pédestre et de la pose des panneaux indicateurs
- Uniformisation du balisage hiver des sentiers raquettes et de randonnée

### Communication

- Transmission des données de fermeture des chemins concernant 28 cas à swisstopo, SuisseRando, SuisseMobile et actualisation sur le site de fribourg.ch
- Article sur les chemins de randonnée hivernale et de raquettes à neige de la région de Fribourg dans le magazine RANDONNER.CH édité par Suisse Rando
- Actualisation des données et de l'offre de randonnée sur le site de fribourg.ch

### Chiffres clés 2023

- 1'830 km de chemins pédestres
- 1'599 km (87 %) de chemins de randonnée – balisage jaune
- 219 km (12 %) de chemins de montagne – balisage blanc-rouge-blanc
- 12 km (1 %) de chemins de randonnée alpine – balisage blanc-bleu-blanc
- 1'146 km (63 %) en revêtement naturel
- 684 km (37 %) en revêtement en dur
- 1'400 emplacements de panneaux indicateurs
- 130 km d'itinéraires de raquettes à neige (SuisseMobile)
- 12 km d'itinéraires de randonnée hivernale (SuisseMobile)

## 5.3. Réseau officiel cantonal VTT - Cyclotourisme

### Organisation

Engagé au sein de l'UFT depuis juin 2023 en tant que coordinateur VTT-cyclotourisme, Frédéric Perritaz poursuit son travail déjà entamé avec FRide. Cette dernière reste néanmoins active pour soutenir le projet sur certains aspects spécifiques non réalisables par l'UFT.

Le pool «mobilité douce» mis en place à l'UFT fait pleinement sens, tant les synergies sont nombreuses et importantes entre la randonnée pédestre et le VTT-cyclotourisme. Dans ce contexte, les préoccupations légitimes des acteurs de la randonnée pédestre peuvent être mieux prises en compte et la mise en place du réseau officiel cantonal VTT coordonné de manière idéale.

Afin de répondre aux attentes des pratiquants mais également à celles des autres utilisateurs de la nature, le nouveau réseau se doit d'être attractif et durable. Le projet Bike-In FR25 a été créé à cet effet.





## Etat de situation du projet Bike-In FR25 et du réseau officiel cantonal VTT

- Planification cantonale VTT comprenant 12 objectifs et 4 chapitres (trails, identity, services, organisation)
- Inventaire des itinéraires VTT fréquemment utilisés dans le canton
- Mise en consultation auprès du Service des forêts et de la nature (SFN) et de l'Institut agricole de Grangeneuve (IAG) de la version 1 du réseau officiel cantonal VTT
- Itinéraires VTT «modèles» dans le Grand Fribourg, en collaboration avec le SFN
- Nouvelle catégorie de balisage avec SuisseMobile - projet pilote au niveau national
- Communauté d'intérêts regroupant les acteurs (organisations faitières) concernés par le VTT
- Lancement de l'événement VTT «ÖKK Bike Revolution Gruyère»
- Campagne de sensibilisation VTT «Tout terrain, pas tout permis!»

### Aménagement du réseau cyclotourisme

L'ensemble du réseau cyclotourisme fait également l'objet d'un projet mené en collaboration avec SuisseMobile «l'Avenir de la Suisse à Vélo». L'objectif principal de cette réflexion porte sur l'équilibre à trouver entre attractivité du réseau de cyclotourisme de loisirs et la sécurité de certains tronçons du réseau utilitaire destiné aux déplacements pendulaires.

### Chiffres clés 2023

- 5'000km de parcours inventoriés fréquemment utilisés par les vététistes
- 2'900km d'itinéraires VTT soumis pour officialisation
- 1'000km d'itinéraires de cyclotourisme – VTT balisés
- 5 nouveaux itinéraires VTT dans le Grand Fribourg créés
- 1 seul itinéraire VTT balisé SuisseMobile, en cours d'amélioration (Panorama Bike n°2, 67 km sur FR)

## 5.4. Collaborations mobilité douce

### Suisse Rando

Organe faitier du tourisme pédestre, Suisse Rando apporte un précieux soutien aux associations cantonales, dont l'UFT, dans leurs actions liées à la randonnée. Les cours dispensés aux baliseurs assurent notamment de la qualité et la conformité du réseau.

Suisse Rando prospecte et encadre les donateurs, donatrices et sponsors nationaux sur mandat des Associations cantonales de tourisme pédestre (ACTP) par le biais d'une recherche de fonds centrale. Les activités de Suisse Rando sont ainsi financées et celles des ACPT soutenues.



Les ACTP se voient attribuer un montant de base uniforme ainsi qu'une contribution variable, calculée en fonction du nombre d'habitants et de la longueur du réseau de chemins de randonnée pédestre.

Les parts sont engagées en faveur de la promotion d'un réseau attrayant, sûr, uniforme et bien signalisé, ainsi que pour la promotion de la randonnée à proprement parler.

### SuisseMobile

SuisseMobile regroupe sur sa plateforme online et son application les itinéraires officiels de randonnées pédestre, cyclotouristique, VTT ou hivernal du canton. Les options cartographiques de swisstopo comportent de multiples informations sur les tracés choisis.

### OFROU

Sous l'égide de l'OFROU (Office fédéral des routes) se déroulent des échanges réguliers et des séances techniques avec les cantons voisins et les associations cantonales de tourisme pédestre (été et hiver), VTT et cyclotourisme. L'application métier pour la mobilité douce (MISTRA) permet de collecter, mettre à jour et fournir des géodonnées de base sur la mobilité douce pour le canton de Fribourg selon des directives uniformes suisses et les cartes de swisstopo.

### Fribourg Rando

L'UFT soutient financièrement Fribourg Rando dans la promotion de la randonnée et des offres de randonnées accompagnées; elle collabore également à la distribution du « Programme de randonnée 2023 ». Fribourg Rando participe à la gestion des annonces de dégâts constatés sur les chemins pédestres.

### PCi - Protection civile

Les troupes de la PCi viennent en soutien à la réalisation des travaux d'entretien des réseaux de randonnée, dont sept projets initiés par les communes.

### Groupes de travail et commissions

L'équipe en charge de la mobilité douce s'engage dans plusieurs groupes de travail et commissions au sein de l'administration cantonale fribourgeoise :

- le Service des constructions et de l'aménagement (SeCA) dans le cadre de la consultation des dossiers liés au tourisme;
- le Service de la mobilité (SMo) pour la mise en œuvre de divers projets de mobilité douce et la Commission consultative vélo;
- le Service d'information du territoire (SIT) pour la gestion des géodonnées;
- le Service de l'agriculture (SAGri) pour la réfection ou l'assainissement de desserte alpine ou agricole;
- le Service des forêts et de la nature (SFN) au sein du groupe de coordination « Grands prédateurs », de la Commission pour la protection de l'environnement, de la nature et du paysage, la Commission consultative pour la forêt temporaire et le Groupe de travail « Inventaire des paysages d'importance cantonale »;
- le Service de l'environnement (SEn) au sein de la Commission consultative pour la gestion des eaux.



# MERCI

Belle récompense pour les acteurs fribourgeois que les excellents résultats enregistrés en 2023! Des remerciements s'adressent aux membres des organes de l'UFT pour leur précieux engagement: le Comité sous la présidence de Jean-Pierre Doutaz, la Commission marketing et promotion touristique présidée par Serge Collaud, les diverses Commissions et Groupes de travail.

Avec une moyenne d'âge de 37 ans, l'équipe de l'UFT allie fraîcheur et expérience. Sous la houlette de Pierre-Alain Morard, elle a à cœur de répondre aux défis d'une branche en constant mouvement. Que les 38 baliseurs et baliseuses soient également remerciés de leur contribution à la qualité des réseaux d'itinéraires de loisirs.

Une étroite collaboration avec les membres, associations faitières et prestataires du secteur touristique se révèle indispensable afin que la région de Fribourg figure sur la carte touristique suisse. Un grand merci à eux, comme aux Organisations touristiques régionales dont les moyens se voient renforcés par la nouvelle loi sur le tourisme.

Le soutien de l'Etat de Fribourg et de ses services participe à la bonne marche des activités de l'UFT. Notre vive gratitude s'adresse au Département de l'économie, de l'emploi et de la formation professionnelle (DEEF) et à celui du développement territorial, des infrastructures, de la mobilité et de l'environnement (DIME) pour leur contribution efficace permettant la poursuite de projets ambitieux, aux retombées économiques significatives.

A toutes et à tous, l'UFT exprime sa reconnaissance et l'assurance de sa volonté de faire de Fribourg une destination authentique, attractive et au grand cœur!



# 6. COMPTES

<b>BILANS / BILANZEN</b>				
<b>ACTIFS / AKTIVEN</b>		<b>31.12.2023</b>	<b>31.12.2022</b>	
Caisses / Kassa		726	1 334	
PostFinance 17-1056-7		69 560	256 720	
PostFinance 17-7212-5		145 366	469 496	
Banques / Banken		1 617 998	956 278	
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven		0	28 056	
Titres / Wertschriften		1	1	
Débiteurs / Debitoren		755 412	648 948	
Machines et mobilier UFT / Maschinen und Mobiliar FTV		1	1	
Machines et mobilier Point Info A12 Maschinen und Mobiliar Info-Stelle A12		1	1	
Immeuble UFT / Gebäude FTV	31.12.2023	1 034 161	1 053 161	31.12.2022
Immeuble UFT / Gebäude FTV		2 030 058		2 030 058
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		995 897		976 897
Points Info A1 et A12 / Info-Stellen A1 und A12	31.12.2023	1	1	31.12.2022
Réaménagements Points Info A1 et A12 / Neugestaltung A1 und A12		322 178		322 178
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		322 177		322 177
Point Info A12 / Info-Stelle A12	31.12.2023	43 000	54 000	31.12.2022
Servitude / Dienstbarkeit		300 000		300 000
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		257 000		246 000
<b>Total des actifs / Total der Aktiven</b>		<b>3 666 227</b>	<b>3 467 998</b>	
<b>PASSIFS / PASSIVEN</b>				
		<b>31.12.2023</b>	<b>31.12.2022</b>	
Créanciers / Kreditoren		489 919	477 329	
Passifs transitoires / Transitorische Passiven		121 840	201 440	
Emprunts immobiliers UFT / Hypothekendarleihen		725 000	755 000	
Fonds affectation limitée «NPR» + «Innotour» Fonds zweckbestimmt «NRP» und «Innotour»		194 980	399 637	
Réserve ordinaire / Ordentlicher Reservefonds		614 164	533 810	
Provisions / Provisionen		653 472	361 833	
Réserve prestations en faveur des hôtes» / Fonds «Leistungen zugunsten der Gäste»		628 595	628 595	
Capital / Kapital		30 000	30 000	
Résultat de l'exercice / Jahresergebnis		208 257	80 354	
<b>Total des passifs / Total der Passiven</b>		<b>3 666 227</b>	<b>3 467 998</b>	

## Remarques / Bemerkungen

Engagement hors bilan envers la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat de Fribourg : les montants des engagements de l'UFT tels que mentionnés dans la convention et valables au 31.12.2022 sont de CHF 2'355'540 en cas de résiliation de l'affiliation par l'UFT et de CHF 1'819'298 en cas de résiliation par la Caisse.  
Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2022 für einen Betrag von CHF 2'355'540 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von CHF 1'819'298 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

**COMPTE DE FONCTIONNEMENT / BETRIEBSRECHNUNG**

	COMPTE / KONTEN 2023		BUDGET 2023		COMPTE / KONTEN 2022	
Contributions de l'Etat de Fribourg / Staat Freiburg: ordentl. Beiträge	2 125 000		2 225 000		2 025 000	
Contribution de l'Etat Vision 2030 / Staat Freiburg: Vision 2030	200 000		200 000		200 000	
Cotisations des membres collectifs / Mitgliederbeiträge	41 100		42 000		38 400	
Taxe cantonale de séjour / Kantonale Aufenthaltstaxe	1 572	2 555 581	2 000	2 450 000	2 509	2 172 596
<b>Recettes / Einnahmen</b>	<b>1 572</b>	<b>4 921 681</b>	<b>2 000</b>	<b>4 917 000</b>	<b>2 509</b>	<b>4 435 996</b>
Encaissement TS / Erhebung Kurtaxe	10 595	91 283	21 000	70 000	17 166	66 128
Part à la recherche de fonds centrale de Suisse Rando / Anteil am zentralen Fundraising Schweizer Wanderwege		111 324		100 000		110 196
Centre de services comptabilité / Servicezentrum Buchhaltung	40 015	72 000				
FET & Préavis & OPCR Gastro / TFF & Stellungnahmen & KWVP-Gastro	2 192	6 272		2 000		2 160
<b>Commissions et prestations de services / Kommissionen und Serviceleistungen</b>	<b>52 802</b>	<b>280 879</b>	<b>21 000</b>	<b>172 000</b>	<b>17 166</b>	<b>178 484</b>
Publications / Publikationen	14 458		13 000		16 473	
Salons / Messen	16 531		42 500		46 827	
MICE	3 231		60 000		28 484	
Marketing Digital / Digitales Marketing	244 183	35 000	264 000	35 000	217 129	
Participations FM / Beteiligungen FM	518 000	60 392	518 000	60 000	375 000	140 000
Autres partenariats / Weitere Partnerschaften	219 864		266 500		189 746	
<b>Marketing</b>	<b>1 016 267</b>	<b>95 392</b>	<b>1 164 000</b>	<b>95 000</b>	<b>873 659</b>	<b>140 000</b>
Gestion institutionnelle / Institutionelles Management	56 800		66 000		113 352	
RP relations publiques / PR Öffentlichkeitsarbeit	54 597		54 000			
Vision 2030 & DD / Vision 2030 & Nachhaltige Entwicklung	127 665		186 000		141 060	
<b>Développement touristique / Tourismussensibilisierung</b>	<b>239 062</b>	<b>0</b>	<b>306 000</b>	<b>0</b>	<b>254 413</b>	<b>0</b>
Evénements & animations de tiers / Veranstaltungen & Animationen von Dritten	126 712	546	110 000	10 000	143	523
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	284 410		307 500		402 011	
Itinéraires officiels de loisirs / Offizielle Freizeitrouten	168 241		282 000		286 513	
<b>Prestations en faveur des hôtes / Leistungen zugunsten der Gäste</b>	<b>579 362</b>	<b>546</b>	<b>699 500</b>	<b>10 000</b>	<b>688 668</b>	<b>523</b>
Salaires & charges sociales / Gehälter & Sozialleistungen	2 785 095	52 004	2 737 000		2 557 888	
Formation & frais RH / Ausbildung & HR-Kosten	19 787		39 000		26 849	
<b>Personnel / Personal</b>	<b>2 804 882</b>	<b>52 004</b>	<b>2 776 000</b>	<b>0</b>	<b>2 584 737</b>	<b>0</b>
Charges administratives / Verwaltungskosten	75 359		49 500		42 055	
Informatique & IT / Computer & IT	108 915		86 000		142 498	
Assurances / Versicherungen	12 686		13 000		11 685	
Loyer & charges locatives / Miete & Nebenkosten	106 189		107 000		102 671	
Logistique / Logistik	3 468		3 000		2 129	
Frais financiers & TVA / Finanzaufwände & MWST	14 783	9 835	21 000		16 419	
<b>Autres charges d'exploitation / Sonstige Betriebskosten</b>	<b>321 400</b>	<b>9 835</b>	<b>279 500</b>	<b>0</b>	<b>317 456</b>	<b>0</b>
Charges & produits extraordinaires / Sonderbelastungen und -erträge	100 000	0	5 000	0	0	0
Charges & produits immobiliers / Liegenschaftsbelastungen und -erträge	172 614	135 883	73 000	132 000	68 191	132 150
<b>Total intermédiaire / Zwischentotal</b>	<b>5 287 962</b>	<b>5 496 219</b>	<b>5 326 000</b>	<b>5 326 000</b>	<b>4 806 799</b>	<b>4 887 153</b>
<b>Résultat de l'exercice / Jahresergebnis</b>	<b>208 257</b>		<b>0</b>		<b>80 354</b>	
TOTAL	5 496 219	5 496 219	5 326 000	5 326 000	4 887 153	4 887 153

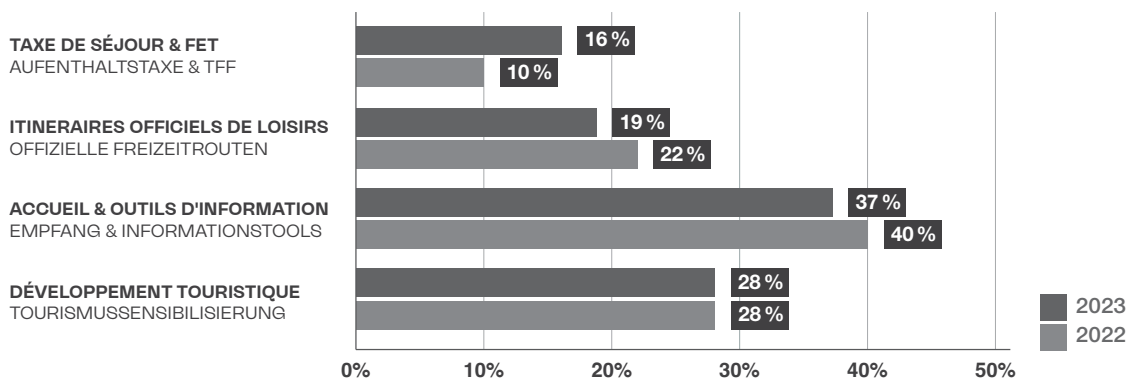
**Proposition à l'Assemblée générale / Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:**

Bénéfice de l'exercice 2023 de CHF 208'257.35 : affectation au fonds de réserve en faveur des hôtes  
Saldo 2023 von CHF 208'257.35 an Einnahmeüberschuss: Zuweisung an den Reservefonds zugunsten der Gäste

**UTILISATION DE LA TAXE CANTONALE DE SEJOUR  
VERWENDUNG DER KANTONALEN AUFENTHALTSTAXE**

	31.12.2023		31.12.2022	
Taxe cantonale de séjour / Kantonale Aufenthaltstaxe	2 555 581		2 172 596	
+/- Annulations, amortissements, remboursements +/- Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	-1 572		-2 509	
<b>Total encaissé / Gesamtbetrag</b>	<b>2 554 009</b>	<b>0</b>	<b>2 170 087</b>	<b>0</b>
<i>Budget</i>	<i>2 450 000</i>		<i>2 020 000</i>	
<b>Utilisation / Anwendung</b>	<b>CHF<sub>1)</sub></b>	<b>2023</b>	<b>CHF<sub>1)</sub></b>	<b>2022</b>
Développement touristique / Tourismussensibilisierung	657 642	28%	693 036	28%
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	849 306	37%	973 895	40%
Itinéraires officiels de loisirs / Offizielle Freizeitrouten	435 749	19%	536 938	22%
Taxe de séjour & FET / Aufenthaltstaxe & TFF	375 703	16%	239 300	10%
<b>Total</b>	<b>2 318 400</b>	<b>100%</b>	<b>2 443 169</b>	<b>100%</b>
Affectation au compte de «réserve pour prestations en faveur des hôtes» Zuweisung an den Fonds «Leistungen zugunsten der Gäste»	208 257		0	

1) Charges effectives plus salaires & charges administratives (selon clé de répartition)  
Effektiver Aufwand plus Löhne & Verwaltungsaufwand (nach Verteilungsschlüssel)


**GESTION DU FONDS DE MARKETING TOURISTIQUE COORDONNÉ  
VERWALTUNG DES FONDS FÜR KOORDINIERTES TOURISMUSMARKETING**
**BILANS / BILANZEN**

ACTIFS / AKTIVEN	31.12.2023	31.12.2022	PASSIFS / PASSIVEN	31.12.2023	31.12.2022
BCF / FBK	58 008	77 308	Créanciers / Kreditoren	11 873	15 148
Débiteurs / Debitoren	4 070	939	Passifs transitoires / Transitorische Passiven	43 745	23 000
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven	6 462		Réserve / Reservefonds	40 100	24 915
Perte / Verlust	27 178		Bénéfice / Gewinn		15 186
<b>Total des actifs / Total der Aktiven</b>	<b>95 718</b>	<b>78 248</b>	<b>Total des passifs / Total der Passiven</b>	<b>95 718</b>	<b>78 248</b>

COMPTABILISATION PAR PROJET ABRECHNUNG NACH PROJEKTEN	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES	TOTAL RECETTES
	UFT / FTV <sup>1)</sup>	OTR / RTO <sup>2)</sup>	FONDS <sup>2)</sup>	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
<b>Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg</b>					<b>550 000</b>
<b>Participation de l'UFT / Beteiligung FTV <sup>1)</sup></b>					<b>518 000</b>
<b>Participation des OTR / Beteiligung RTO <sup>2)</sup></b>					<b>550 000</b>
<b>Participation Terroir Fribourg / Beteiligung Terroir Fribourg</b>					<b>20 000</b>
FRIBOURG Eté Suisse / Sommer Schweiz	139 584	139 584	139 584	418 752	
ST Eté / Sommer	72 006	45 004	45 004	162 014	
FRIBOURG Automne Suisse / Herbst Schweiz	45 304	39 641	39 641	124 587	
FRIBOURG Hiver Suisse / Winter Schweiz	36 125	18 063	18 063	72 250	
ST Hiver / Winter	0	21 913	21 913	43 826	
FRIBOURG Printemps Suisse / Frühling Schweiz	51 248	51 249	51 249	153 745	
FRIBOURG Allemagne / Deutschland	57 173	32 985	32 985	123 142	
ST France / Frankreich	81 848	35 366	35 366	152 581	
Médias / Medien	31 532	23 649	23 649	78 831	
TVA et frais financiers / MWST und Finanzaufwände	3 483	3 483	3 483	10 450	
<b>Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen</b>	<b>518 304</b>	<b>410 937</b>	<b>410 937</b>	<b>1 340 178</b>	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		162 500	162 500	325 000	
<b>Solde 2023 à reporter / Übertrag Saldo 2023</b>				<b>-27 178</b>	
<b>Total</b>				<b>1 638 000</b>	<b>1 638 000</b>

COMPTABILISATION PAR OTR ABRECHNUNG NACH RTO	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES	TOTAL RECETTES
	UFT / FTV <sup>1)</sup>	OTR / RTO <sup>2)</sup>	FONDS <sup>2)</sup>	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
<b>Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg</b>					<b>550 000</b>
<b>Participation de l'UFT / Beteiligung FTV <sup>1)</sup></b>					<b>518 000</b>
<b>Participation des OTR / Beteiligung RTO <sup>2)</sup></b>					<b>550 000</b>
<b>Participation Terroir Fribourg / Beteiligung Terroir Fribourg</b>					<b>20 000</b>
Les Paccots – La Veveyse Tourisme		54 617	54 617	109 233	
Association Touristique de la Broye		55 894	55 894	111 788	
Fribourg Tourisme et Région / Freiburg Tourismus und Region		60 937	60 937	121 873	
La Gruyère Tourisme		78 180	78 180	156 361	
Association régionale du Lac / Regionalverband See		63 897	63 897	127 793	
OTR de Romont et sa région		43 451	43 451	86 901	
Schwarzsee-Senseland Tourismus		53 962	53 962	107 925	
Solde technique / Übertrag		-1	-1	-1	
<b>Financement OTR &amp; Fonds / Finanzierung RTO &amp; Fonds</b>		<b>410 937</b>	<b>410 937</b>	<b>821 873</b>	
Financement UFT / Finanzierung FTV	<b>518 305</b>			518 305	
<b>Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen</b>				<b>1 340 178</b>	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		162 500	162 500	325 000	
<b>Solde 2023 à reporter / Übertrag Saldo 2023</b>				<b>-27 178</b>	
<b>Total</b>				<b>1 638 000</b>	<b>1 638 000</b>

En raison de la crise sanitaire liée au COVID 19 Suisse Tourisme a accordé aux régions une note de crédit globale à hauteur de CHF 200'013.90. Il s'agit de la distribution des contributions d'aide pour soutenir les partenaires touristiques de Suisse Tourisme, conformément à la décision des chambres fédérales prise à l'occasion de la session extraordinaire de mai 2020.  
Wegen der COVID-19-Gesundheitskrise hat Schweiz Tourismus den Regionen eine globale Gutschrift in Höhe von CHF 200'013.90 gewährt. Es handelt sich um die Verteilung der Hilfen zur Unterstützung der touristischen Partner von Schweiz Tourismus, gemäss des Entscheids der eidgenössischen Räte anlässlich der ausserordentlichen Sitzung im Mai 2020.

#### Remarques / Bemerkungen:

- Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets du Fonds à hauteur de CHF 518'000.  
Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit CHF 518'000.
- Chaque franc investi par le Fonds est également investi par les régions. / Für jeden vom Fonds investierten Franken wird auch von den RTO ein Franken investiert.
- En plus de la gestion du Fonds, les services de l'UFT assument – dans le contexte des travaux de la Conférence des directeurs régionaux (COD) – l'ensemble des tâches de planification, de coordination et de conduite des projets.  
Neben der Verwaltung des Fonds tragen die Dienststellen des FTV – im Kontext der Arbeiten der Regionaldirektorenkonferenz (COD) – die gesamte Planung, Koordination und Leitung der Projekte.
- Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome. / Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
- Selon la loi sur le tourisme, la perte à la fin 2023 sera affectée au compte «Réserve» du Fonds / Laut Gesetz über den Tourismus wird der Verlust Ende 2023 dem Konto «Reserven» des Fonds zugewiesen.

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

## **UNION FRIBOURGEOISE DU TOURISME, FRIBOURG**

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de fonctionnement) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme pour l'exercice 2023 arrêté au 31 décembre 2023.

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

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des 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 ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

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

### **FDA Fiduciaire FR SA**



Joël Frossard  
Expert-réviseur agréé ASR  
Réviseur responsable



Stefan Forino  
Expert-réviseur agréé ASR

Givisiez, le 9 février 2024

#### **Annexe :**

- comptes annuels





# ORGANES ET MEMBRES

Les organes de l'UFT œuvrent étroitement avec la Direction et bénéficient du soutien des membres de l'Association afin d'atteindre les buts fixés.

A découvrir :

[fribourg.ch/fr/uft-ftv/organes-membres/](https://fribourg.ch/fr/uft-ftv/organes-membres/)



# TEAM

En 2023, 33 collaborateurs et collaboratrices forment l'équipe de l'UFT. 38 baliseurs et baliseuses s'activent au contrôle des chemins pédestres et de l'entretien de la signalisation.

A découvrir :

[fribourg.ch/fr/uft-ftv/team-uft/](https://fribourg.ch/fr/uft-ftv/team-uft/)



**UNION FRIBOURGEOISE  
DU TOURISME**

Rte de la Glâne 107  
Case postale  
1701 Fribourg

+41 (0)26 407 70 20  
secretariat@fribourg.ch

fribourg.ch  
uft-ftv.ch

f facebook.com/FribourgCHFR  
@ instagram.com/fribourgch  
tiktok.com/@fribourgch  
in linkedin.com/company/uft-ftv  
pinterest.com/fribourgch  
youtube.com/@Fribourg\_CH  
library.fribourg.ch  
fribourg.ch/fr/blog

**EDITION ET REDACTION**

Union fribourgeoise du Tourisme

**CONCEPTION GRAPHIQUE**

Parallele.ch, Bulle

**COPYRIGHTS PHOTOS**

UFT/FTV, Switzerland Tourism/Nicole Schafer, Pascal Gertschen,  
Aurèle Nicolet, Nicole Schafer photo & film, Switzerland Tourism/  
Dominik Baur

Reproduction des textes et tableaux autorisée avec mention  
de la source.

**Pour des raisons de lisibilité, la formulation neutre a été  
retenue en priorité et/ou la notion de genre évitée.**

