

LA GRUYÈRE TOURISME





Comité & 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
Personnel & Remerciements	4
Information & Accueil	5
Manifestations & Animations	6
Autres réalisations	7
Office Mobile	7
Séance Info-Workshop Swisstainable - mars 2023	7
LA BILLETTERIE	8
Relations partenaires	9
Sorties de groupes - Incoming	9
Relations publiques	9
Séances & Newsletter Prestataires	9
Actions marketing	10
Site internet	10
Réseaux sociaux	11
Newsletter	11
Brochures	12
Circuit historique	11
Passeport La Gruyère, DayPass La Gruyère & autres forfaits	13
Actions La Gruyère Tourisme	14
Actions Union fribourgeoise du Tourisme	15
Actions Suisse Tourisme	16
Actions Marchés étrangers	17
Actions ponctuelles	18
Sponsoring – Mathilde Gremaud	19
Soutien à d'autres événements	19
Statistiques	20
Nuitées	20
Attractions touristiques & Musées	21
Comptes	22
Rapport de l'organe de révision	24
Objectifs 2024	25
Objectifs organisationnels	25
Marketing	25

COMITÉ & PERSONNEL



Composition du comité de l'Association Touristique de la Gruyère

M. Nicolas Wyssmueller

Président

M. Beat Buchs

Représentant des cafetiers-hôteliers de La Gruyère

Mme Véronique Dey

Représentante des communes de l'Intyamon

M. Pierre Lombardo

Représentant des communes du centre

M. Christophe Mauron

Représentant de la SD de Bulle et environs

M. Daniel Moser

Représentant de la SD de Jaun

Mme Sophie Moret

Représentante de la de l'Association Touristique des 3C (Châtel-sur-Montsalvens, Crésuz et Val-de-Charmey)

Mme Marie-Chantal Pasquier

Représentante des communes de la Sionge

M. Patrick Perrottet

Représentant de la SD du Lac de La Gruyère

Membres invités

M. Vincent Bosson

Préfet de La Gruyère

Mme Marie-Noëlle Pasquier

Directrice Espace Gruyère

M. Bruno Sturni

Représentant des remontées mécaniques

Personnel de La Gruyère Tourisme



Mme Marta Flack

Directrice



Mme Aline Venetz

Directrice adjointe - Responsable Office du Tourisme de Gruyères (60%)



Mme Aline Genoud

Collaboratrice Administration & Comptabilité (50%)



Mme Nathalie Wicht

Assistante de direction (40%)



Mme Stéphanie Kaniama

Responsable Marketing (80%)



Mme Satou Dosso

E-marketing Manager (80%) (jusqu'à janvier 2023)



Mme Clémentine Leu

E-marketing Manager (90%) (dès février 2023)



Mme Mathilde Broch

Assistante Marketing (60%) (jusqu'à novembre 2023)



Mme Sylvie Droux-Clément

Responsable Incoming-Groupes (60%)



Mme Jasmine Giller

Collaboratrice Office du Tourisme de Gruyères



Mme Sophie Jaquier

Collaboratrice Office du Tourisme de Gruyères et soutien Incoming (60%)



Mme Laure Favre

Responsable Office du Tourisme de Bulle



Mme Elisabeth Seydoux

Collaboratrice Office du Tourisme de Bulle (60%)



Mme Isabelle Doutaz

Responsable Billetterie (50%)



Mme Aurélie Chaperon

Apprentie



Mme Fabienne Hug

Stagiaire dès novembre 2023



M. Serge Charrière

Responsable Office du Tourisme de Charmey



Mme Louanne Jacquat

Responsable Events Charmey (80%)



Mme Angélique Bapst

Apprentie (jusqu'à juillet 2023)



Mme Valérie Zurkinden

Stagiaire (jusqu'à juillet 2023)



Mme Valentine Eloy

Stagiaire, puis Auxiliaire



Mme Marthe Genoud

Apprentie dès août 2023

MESSAGE DE LA GRUYÈRE TOURISME

C'est avec une immense fierté et satisfaction que nous clôturons l'année 2023, une période marquée par des réalisations exceptionnelles et une dynamique renouvelée dans le secteur du tourisme.

Notre équipe administrative a déménagé au Velâdzo pour renforcer la proximité avec notre équipe accueil et offrir un service encore plus personnalisé et attentif. L'ouverture de l'espace ludique au Restoroute a été une réussite, permettant à nos visiteurs de découvrir notre belle région à travers un jeu digital captivant, mettant en scène des personnages emblématiques de La Gruyère.

Nos efforts pour promouvoir le tourisme durable ont été récompensés par le succès retentissant du workshop Swisstainable, qui a attiré un bon nombre de participants et a suscité un engouement pour le label. L'après-midi était organisé en deux parties, une première plus informative avec une présentation de Mme Livia Schönberger du Centre des Compétences KONA de la Fédération Suisse du Tourisme (FST), suivie de trois interventions de partenaires labellisés pour partager leurs démarches permettant d'avoir des témoignages authentiques: Hôtel de Gruyères SA & Hôtel Le Saint Georges (niveau 1), La Gruyère Tourisme en partenariat avec le Parc naturel régional Gruyère-Pays d'Enhaut (niveau 2) et Electrobroc (niveau 3). Un deuxième temps était consacré à des ateliers participatifs autour des mesures potentielles à prendre, réalisés en groupes avec la possibilité de s'inscrire directement sur place au programme Swisstainable, ce qui a été fait par plusieurs acteurs.

Le lancement du DayPass La Gruyère en août 2023, en conjonction avec l'ouverture de la nouvelle ligne Berne – Broc-Chocolaterie, a été un moment phare de l'année, offrant à nos visiteurs une expérience touristique inoubliable et renforçant notre attractivité régionale. Le DayPass permet de découvrir la région en combinant dans un seul billet l'entrée à la Maison Cailler avec un chocolat chaud, la visite du Château de Gruyères et de La Maison du Gruyère avec une petite dégustation de fromage tout en se déplaçant en transports publics.

Les excellents chiffres enregistrés pour les nuitées et la fréquentation des sites touristiques témoignent de notre engagement continu envers l'amélioration de la qualité et la satisfaction de nos clients. Enfin, l'obtention de la validation du Concept Directeur Touristique en fin d'année vient couronner nos efforts et nous donne un élan supplémentaire pour aborder avec confiance l'année 2024.

Nous tenons à exprimer notre gratitude à toutes les personnes de l'équipe de La Gruyère Tourisme (LGT) pour leur dévouement, leur créativité et leur engagement tout au long de cette année. Ensemble, nous avons démontré notre capacité à innover et à se perfectionner.

Un grand merci également à nos partenaires touristiques pour leur engagement, leur soutien et l'excellente collaboration. Nous nous réjouissons de continuer sur la même voie avec eux et de construire ensemble un avenir touristique encore plus prometteur. Nous sommes convaincus que nous continuerons à surmonter les défis à venir avec succès.

Ainsi, alors que nous clôturons cette année 2023 avec fierté et satisfaction, nous tournons notre regard vers l'année qui se profile. En effet, nous nous réjouissons particulièrement de l'implémentation prévue du Concept Directeur Touristique en 2024, marquant une étape importante dans le développement et l'innovation de l'industrie du tourisme. Nous sommes impatients de voir le fruit de nos efforts se concrétiser et de continuer à offrir des expériences touristiques uniques à nos visiteurs.

Nicolas Wyssmueller

Président de La Gruyère Tourisme

Marta Flack

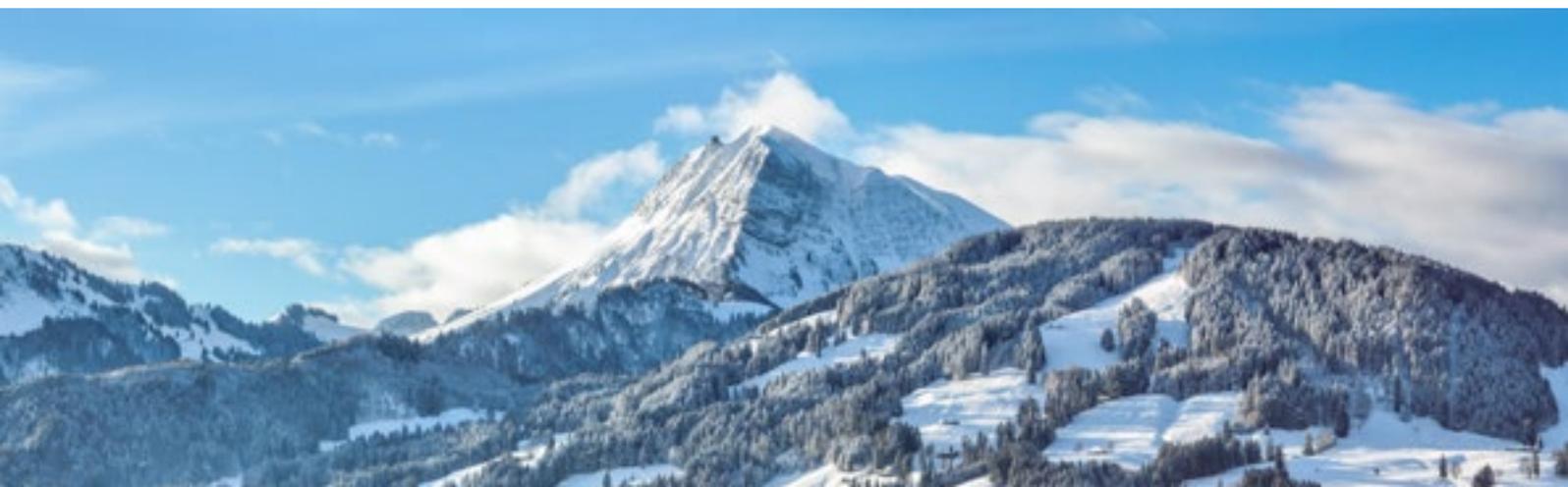
Directrice de La Gruyère Tourisme

direction@la-gruyere.ch

Suivez nos activités:

www.la-gruyere.ch/rapport

www.la-gruyere.ch/newsletter



PERSONNEL

Remerciements



Les 20 collaborateurs, dont 2 stagiaires, 2 apprenties et 4 auxiliaires de LGT, tous animés par la même passion d'offrir un conseil qualitatif à nos hôtes et partenaires, sont l'âme de LGT. En effet, dans une entreprise de services, où l'accueil et les contacts sont la base, le personnel est véritablement la colonne vertébrale de la structure. Pour cette année 2023, LGT a été marquée par quelques départs, mais aussi de chaleureuses arrivées qui enrichissent notre équipe jour après jour. Nous saluons le parcours de notre apprentie, Mme Angélique Bapst, qui a terminé son apprentissage à la fin du mois de juillet, de Mme Mathilde Broch, qui a œuvré durant 4 ans en tant qu'assistante marketing et qui a décidé de quitter LGT pour de nouveaux défis professionnels. Toutes deux ont été remplacées respectivement par Mme Marthe Genoud, apprentie de 1^{re} année dès août et Mme Lauriane Clément, assistante marketing dès janvier 2024. Mme Fabienne Hug, stagiaire, est également venue compléter l'effectif dès novembre. Nous leur souhaitons une cordiale bienvenue et de vivre des expériences enrichissantes au sein de notre team.

Dans un monde touristique dynamique où l'information est essentielle, LGT a mis en place des séances régulières pour favoriser la circulation et le partage des connaissances. Tous les dix jours, les collaborateurs se réunissent pour échanger sur les nouvelles importantes, les projets en cours et les défis à venir. Cette pratique renforce non seulement la cohésion au sein de l'équipe mais permet également à chacun de rester informé et impliqué dans les activités de LGT.

Par ailleurs, afin de préparer au mieux les saisons à venir, LGT organise deux séances «entre-saison» en mai et en novembre. Ces rendez-vous sont l'occasion de discuter des orientations stratégiques, des projets marketing, des événements à venir, des RH et de la durabilité à instaurer à LGT. Ainsi, avec ce riche partage d'informations, chaque membre de l'équipe se sent concerné et bénéficie de précieuses données pour effectuer un travail adéquat.

À LGT, nous croyons fermement que le développement professionnel est la clé du succès. C'est pourquoi nous nous engageons à offrir des formations régulières à nos employés, les aidant ainsi à maintenir un niveau de compétence élevé et à élargir leurs hori-

zons dans le monde du travail. Cette démarche renforce non seulement notre équipe, mais également notre capacité à offrir des services de qualité à nos clients et partenaires.

En favorisant une culture de communication ouverte, d'apprentissage continu et de collaboration, LGT aspire à créer un environnement de travail motivant, professionnel, à visage humain, où chacun peut s'épanouir et contribuer à la réussite collective de l'entreprise.

20 ans - Mme Isabelle Doutaz

Elle est la clé de sol ou le trait-d'union de tout ce que la culture exprime sur les différentes scènes gruériennes. Travailleuse de l'ombre, car elle préfère être mélangée dans le décor qu'être exposée, c'est elle qui paramètre, place et encaisse afin de mettre en lumière les milliers d'expressions artistiques qui se jouent, notamment à la salle CO2 de La Tour-de-Trême, son fief principal. Mme Isabelle Doutaz œuvre depuis 20 ans déjà à LA BILLETTERIE de Bulle. Sa manière consciencieuse de travailler, son sens de l'accueil et de la gentillesse innés enrichissent quotidiennement la vie de LGT. Mme Doutaz connaît par cœur les coulisses du spectacle et c'est là que, férue de décoration, elle a eu la chance d'échanger quelques mots bienveillants avec un présentateur qu'elle affectionne tout particulièrement, M. Stéphane Piazza. Sans compter, les petits mots gentils que lui glissait Alain Morisod, lors de ses nombreuses apparitions en Gruyère. Nous lui souhaitons encore de très belles années à LGT avant qu'il ne soit aussi temps pour elle de tirer le rideau. Un grand merci Isabelle pour ces fidèles années dans notre entreprise et tes précieux services.



INFORMATION & ACCUEIL

Nos Offices du Tourisme

LGT est directement en charge des Offices du Tourisme à Bulle, Charmey et Gruyères et assume les missions suivantes:

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

LGT vise à potentiellement 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 Sociétés de Développement (SD) 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 2023 en quelques chiffres

- Permanence 7/7 du 026 919 85 00
- 1029,5 jours / 7869 heures d'ouverture cumulées sur l'année sur les Offices du Tourisme de Bulle, Charmey et Gruyères
- 923 nuitées générées par les produits vendus (forfait «Passeport La Gruyère», forfait trekking et forfait ski)
- 218 envois de documentation

Déménagement à la nouvelle gare

Après le déménagement de l'Office du Tourisme de Bulle et de LA BILLETTERIE au rez inférieur du Centre Commercial Velâdzo à la Place de la Gare 3 à la fin 2022, la direction, le marketing et l'administration de LGT se sont installés au 2^e étage du même bâtiment depuis février 2023. Ce rapprochement des équipes a été chaleureusement accueilli par l'ensemble du personnel, renforçant ainsi la collaboration au sein de l'organisation.

Afin de mieux répondre aux besoins des visiteurs, des ajustements ont été apportés aux horaires d'ouverture de l'Office du Tourisme bullois. Désormais, l'accueil est assuré 7 jours sur 7, du lundi au dimanche, de 09h00 à 18h00. Quant à LA BILLETTERIE, ses horaires demeurent inchangés : ouverte les lundis et vendredis de 09h00 à 12h00 et de 13h00 à 17h00, ainsi que les mardis et jeudis de 09h00 à 12h00.



MANIFESTATIONS & ANIMATIONS

Plus de 20 événements organisés par La Gruyère Tourisme



Avec le soutien financier des communes et des SD, LGT a orchestré une multitude de manifestations et d'animations au cours de l'année écoulée, totalisant plus de 20 événements et l'équivalent de 82 jours d'animation au cœur de notre magnifique région. Ces initiatives ont apporté une vitalité nouvelle à notre communauté locale et ont contribué à renforcer l'attrait touristique de La Gruyère.

Chaque endroit a été le théâtre de festivités uniques, reflétant la richesse culturelle et la diversité de notre patrimoine.

Exemples d'événements par endroit

Bulle: Marchés folkloriques

Les Marchés folkloriques s'installent à Bulle en été les jeudis et mettent en avant les saveurs, les traditions et l'artisanat: stands de produits du terroir, démonstration de fabrication du fromage, cors des alpes et lanceur de drapeau, musique folklorique, dentellerie, sculpture de cuillères en bois et métiers de la forge. Des visites guidées du marché, organisées en collaboration avec le Musée gruérien, sont proposées aux visiteurs. En 2023, entre 8'000 et 10'000 personnes ont fréquenté le marché folklorique chaque jeudi, 190 marchands ont présenté leurs produits et 26 visiteurs se sont inscrits aux visites guidées.

Charmey: Marché de l'Après

La magie du Marché de l'Après s'est répandue du 5 au 8 janvier 2023 et a su faire perdurer l'atmosphère festive de fin d'année. Cette manifestation prenant place en fin de journée comprend un petit marché artisanal d'une dizaine d'exposants et des animations telles que des bricolages, des contes au creux du feu, des concerts de Gospel et bien plus encore ! Cette première édition, offrant une expérience reconfortante et innovante visant à célébrer l'hiver, a rassemblé plus d'un millier de visiteurs.

Gruyères: Noël à Gruyères

De fin novembre à début janvier, la féerie de Noël s'installe à Gruyères grâce à ses illuminations et ses nombreuses animations. Les visiteurs peuvent profiter de la chasse aux cadeaux, de la visite de St-Nicolas, de l'exposition de Noël au Château de Gruyères ainsi que de nombreuses balades thématiques durant les vacances de Noël.

L'événement phare de cette période reste sans aucun doute le traditionnel Marché de Noël, offrant une expérience immersive dans un cadre chaleureux. Organisé les week-ends du 8 au 10 et du 15 au 17 décembre 2023, cet événement met en lumière les créations de 60 artisans locaux: objets ou recettes gourmandes qui sont autant d'idées cadeaux. Ce sont près de 27'000 visiteurs qui se sont déplacés à Gruyères pour profiter de cette ambiance féérique. Les restaurateurs de Gruyères ont également proposé des spécialités régionales ainsi que de traditionnelles boissons chaudes dans leur établissement. De plus, le Marché de Noël a réservé son lot d'animations différentes chaque week-end pour ravir ses visiteurs. Durant l'édition 2023,

l'émission radio de la RTS «Cœur à cœur», a choisi la Cité comtale pour son direct du dimanche 17 décembre.

Bulle: (5 événements & 17 jours animés & 12 visites guidées)

- Quête du Chocolat
- Marchés folkloriques
- Compagnie La Pie Qui Chante
- Fête nationale
- Bénichon
- Visites guidées
- Circuit historique

Gruyères: (8 événements & 30 jours animés)

- Quête du Chocolat
- Fête du fromage
- Fête nationale
- Le marché des Arts du Feu
- Noël à Gruyères
- Animations estivales (les Vénitiens du Léman, la Compagnie de La Pie Qui Chante et les cors des Alpes)

Charmey: (10 événements & 35 jours animés)

- Week-end de Pâques
- Pâques Aventure
- W-e-Bike
- Animations estivales (Nuit de la rando, Randonnée & Cors des Alpes)
- Charmey fête La Gruyère
- Fête nationale
- Désalpe
- Evènements hivernaux (Raquettes & Fondue, Marché de l'Après)

Ces événements ont non seulement enrichi l'offre touristique de notre région, mais ont également renforcé notre identité culturelle et notre attractivité auprès des visiteurs nationaux et internationaux.



AUTRES RÉALISATIONS

Office Mobile & Séance Info-Workshop Swisstainable

Office Mobile

Durant l'année 2023, LGT a testé un Office du Tourisme mobile dans toute la région, offrant ainsi un service d'information touristique innovant et accessible lors d'événements majeurs tels que le Marché des Arts du feu à Gruyères, la Désalpe de Charmey, l'inauguration du Velâdzo de Bulle, le Restoroute de La Gruyère dans le cadre d'un jeu-concours ou encore durant le Marché de Noël à Gruyères.

Au total, 14 journées tests ont été organisées entre août et décembre 2023, permettant ainsi d'obtenir un aperçu concret de l'efficacité de ce système d'information novateur en Gruyère.

Les retours recueillis sont positifs: les visiteurs se montrent facilement intéressés et sollicitent activement nos équipes d'accueil pour obtenir des informations complémentaires. Cette initiative nous permet ainsi d'aller à la rencontre de nos hôtes de manière proactive, en complément à nos Offices du Tourisme «fixes». Forts de ces premiers résultats encourageants, nous prévoyons de programmer d'autres dates en 2024, afin d'étendre ce service à des lieux touristiques de la région qui ne bénéficient pas d'un espace d'accueil permanent, tels que les Gorges de la Jogne ou le Lac de La Gruyère par exemple.

Cette volonté vise à offrir une expérience touristique plus complète et diversifiée, tout en continuant à évaluer l'impact et l'efficacité de notre Office du Tourisme mobile.

Cette démarche d'amélioration continue reflète notre engagement à offrir des services touristiques de qualité et à répondre aux besoins évolutifs de nos visiteurs. Nous nous réjouissons de continuer à enrichir l'expérience touristique en Gruyère.

Qualité et 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 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 points à améliorer et également les idées de progression émises par les employés.

Séance Info-Workshop Swisstainable – mars 2023

Dans le but de favoriser la labellisation Swisstainable pour les partenaires touristiques au niveau gruérien, de les soutenir dans cette démarche et dans la mise en place de projets durables dans le tourisme, LGT a organisé un après-midi Info-Workshop Swisstainable. Il a eu lieu en date du mercredi 29 mars 2023. Au cours de cette séance, des informations complètes sur le label Swisstainable, avec notamment une intervention de Mme Livia Schönberger de la Fédération Suisse du Tourisme (FST), ont été transmises. Pour compléter l'information, 3 témoignages sur les différents niveaux possibles ont été présentés par des partenaires régionaux :

- Niveau 1 : Hotel de Gruyères – Mme Amina Montasri
Hotel St-Georges – M. Philippe Attia
- Niveau 2 : LGT – Mme Nathalie Wicht
PNR – Mme Sylvie Annet
- Niveau 3 : Electrobroc – M. Jean-Pierre Chapuis

Suite à la partie informative, un workshop a suivi afin de réfléchir dans des petits groupes sur des mesures concrètes à proposer dans le secteur d'activité des partenaires (prestataires touristiques divers, hébergement, restauration, sports & loisirs. Avec plus de 30 participants et des retours unanimement positifs, l'initiative a été un succès, qui s'est également démontré dans les chiffres de la participation au label Swisstainable (10 partenaires inscrits, 3 qui avaient déjà déposé leurs dossiers et 24 partenaires ayant obtenu le label à fin 2023).

Cette action s'inscrit dans les objectifs fixés pour la durabilité, dans une idée d'expansion du label à large échelle en Gruyère.



LA BILLETTERIE

Résultat réjouissant en 2023



Suite aux conséquences difficiles qui se sont installées après la crise COVID, les spectateurs semblent avoir repris le chemin de la salle CO2 comme d'antan. La saison culturelle 2023-2024 a d'ailleurs connu un franc succès! 11 représentations ont affiché «complet» dont une, seulement une semaine après sa mise en vente. Du jamais vu!

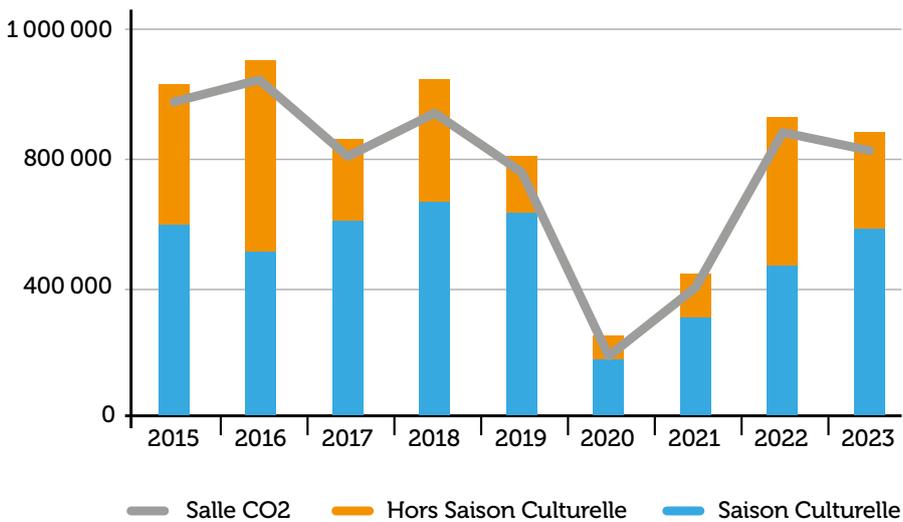
L'équipe du CO2 a également connu ses changements: Mme Jeanne-Lucie Schmutz a repris le poste de directrice artistique suite au départ de M. Dominique Rime. Mme Eugénie Fasel, relève de Mme Tamara Raemy, s'occupe quant à elle de la communication et du marketing.

LA BILLETTERIE affiche des chiffres réjouissants. Pour l'année 2023, 17'266 billets ainsi que 469 abonnements ont été vendus.

www.labilletterie.ch



Ventes de LA BILLETTERIE pour les organisateurs



RELATIONS PUBLIQUES

Incoming & Séance des prestataires

Sorties de groupes - Incoming

Le département Incoming de LGT connaît toujours une forte demande des activités MICE en Gruyère, autant pour les grands que les petits groupes.

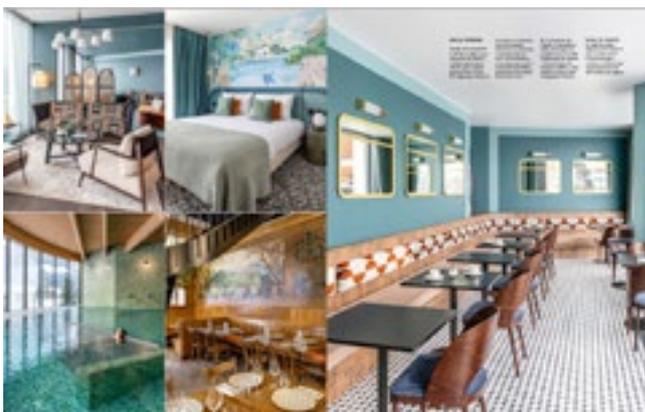
- Avec 34 sorties organisées en 2023, les chiffres ont dépassé la période avant COVID, dont la moyenne se situait à 27 sorties par année.
- Avec 2'010 participants accueillis en 2023, le nombre a largement augmenté par rapport à l'année précédente (1'330 en 2022).
- Le chiffre d'affaires à hauteur de plus de CHF 220'000.- est légèrement plus élevé qu'en 2022 et représente le meilleur résultat des huit 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.

- 55 visites de presse organisées / coorganisées par LGT
- 154 journalistes / photographes / influenceurs
- Plus de 65 millions de contacts potentiels générés

Retrouvez le rapport médias complet sur www.la-gruyere.ch/rapport



Séances & Newsletter Prestataires

À la suite de l'analyse d'un sondage envoyé aux prestataires, La Gruyère Tourisme a pris la décision de mettre sur pied des séances d'échange avec les prestataires à raison de 2 fois par année (au printemps et à l'automne). La séance printanière est dédiée à la découverte d'un prestataire de la région tandis que la séance automnale vise à informer et à sensibiliser.

En date du 26 octobre 2023, une première séance prestataires a eu lieu à Bulle. Une vingtaine de personnes ont pris part à cette rencontre. Les thèmes abordés étaient l'importance du site internet www.la-gruyere.ch et la communication numérique (réseaux sociaux). Ces thèmes ont été traités sous forme d'ateliers participatifs. L'événement s'est terminé par un moment convivial de réseautage.

Nous tenons à remercier tous les participants et nous nous réjouissons de rencontrer les prestataires encore plus nombreux lors de la prochaine édition.



ACTIONS MARKETING

Supports de communication

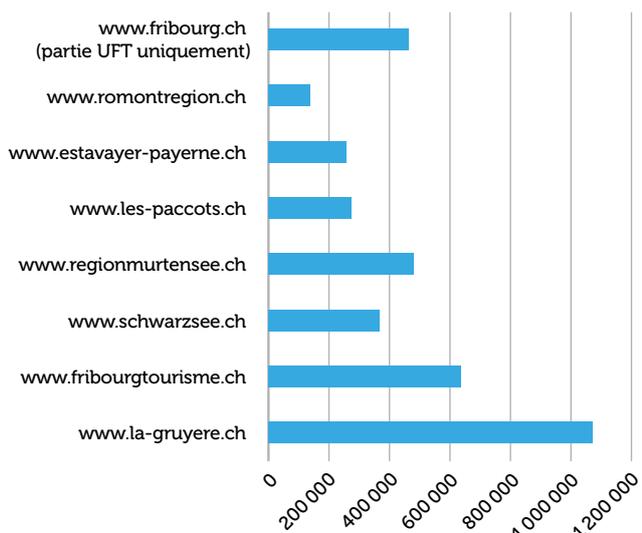
Site internet

En 2023, le site internet de LGT a connu des transformations significatives, marquant une année de transition stratégique et d'innovation numérique. Le lancement du site cantonal www.fribourgregion.ch a eu lieu en décembre 2021, suivi d'un changement d'URL crucial en mars 2023 à www.fribourg.ch. En gardant sa propre landing page (www.la-gruyere.ch), la présence en ligne a été rationalisée pour offrir une expérience utilisateur améliorée et une plus grande cohérence de marque au niveau cantonal. Cela a facilité l'accès à l'information pour les visiteurs.

L'année 2023 a également été marquée par une surveillance accrue des performances du site, avec un focus particulier sur les métriques clés telles que le nombre de visites ou le temps passé sur le site. Malgré une baisse des chiffres par rapport à 2022, les chiffres dépassent toujours ceux de 2019, qui était une année avec de très bons résultats avant la pandémie mondiale.

Conscients des défis et des opportunités que ces changements représentent, LGT a déjà commencé à mettre en œuvre des stratégies visant à améliorer la performance du site et à maximiser l'engagement de l'utilisateur. Cela inclut notamment la mise à jour quotidienne de contenu et l'optimisation SEO. Les pages de La Gruyère sont toujours les plus visitées du canton après l'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT) qui comptabilise l'ensemble des visites.

Nombre de visites (sessions) par site



ACTIONS MARKETING

Supports de communication

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux continuent d'être un pilier central de la stratégie de communication de LGT, nous permettant de connecter avec son audience de manière directe et authentique.

- Une croissance significative de l'audience a été observée sur les principales plateformes, soulignant l'intérêt croissant pour La Gruyère et ses offres.
- Les stories et publications, mettant en vedette des expériences authentiques et capturant des moments uniques, ont particulièrement résonné avec notre communauté, renforçant les interactions, partages et le lien avec notre marque.
- Grâce aux différentes publications sur les réseaux sociaux, LGT a pu atteindre une couverture de 5,8 millions sur Facebook et Instagram (environ 2 millions en 2022).
- Les efforts pour les stories sur le compte Instagram ont également continué en 2023, notamment pour diffuser les bons plans de la région chaque semaine.

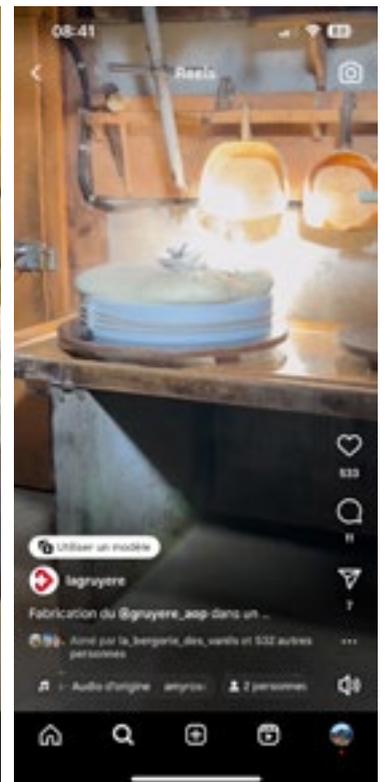
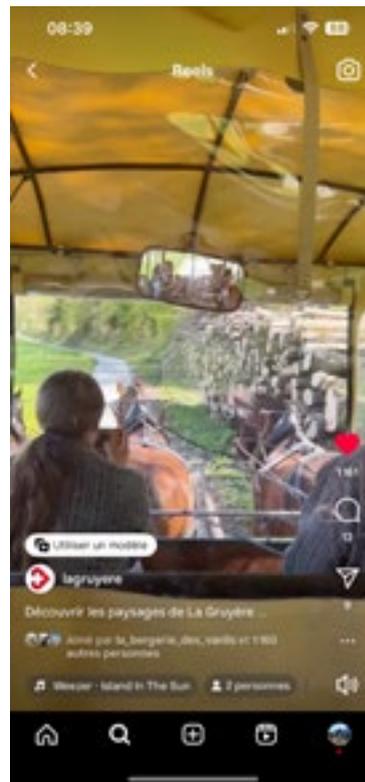
Cette section met en lumière l'intention ferme de maintenir une présence dynamique et engageante sur les réseaux sociaux, essentielle pour promouvoir La Gruyère comme destination de choix.

Envisageant l'avenir, LGT est déterminée à explorer de nouvelles plateformes et technologies pour élargir sa portée et enrichir ses interactions.

Canaux principaux	Facebook	Instagram
Followers 2021	20 935	26 986
Followers 2022	22 800	29 468
Followers 2023	24 674	34 538
2022-2023	+8.2%	+17.20%

Newsletter

Au courant de l'année, cinq newsletters ont été envoyées destinées aux touristes. Lors de chaque envoi environ 6'000 newsletters ont été transmises en français, allemand et anglais. Le taux d'ouverture de passé 50% est particulièrement satisfaisant. Il est prévu de continuer voire d'intensifier les efforts pour augmenter l'audience tout en maintenant un bon taux d'ouverture.



ACTIONS MARKETING

Supports de communication



Brochures

Le brochure phare «Guide de vos vacances», présentant toute la région dans un seul support, contient les informations générales sur les prestations touristiques. Elle renvoie les lecteurs via des liens et QR-codes vers le site internet pour de plus amples informations. Ceci permet à LGT de pouvoir fournir les informations les plus actuelles grâce à l'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 pour satisfaire les différentes demandes de nos intéressés.



ACTIONS MARKETING

Produits

Passeport La Gruyère, DayPass La Gruyère & autres forfaits

Comme vu précédemment dans le chapitre des actions marketing de LGT, la majorité des campagnes sont concentrées sur des offres concrètes en Gruyère, notamment par nos produits avec et sans nuitées.

Le «Passeport La Gruyère» est l'offre phare de LGT et est principalement utilisé comme outil de promotion en raison de son attractivité. 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. Début juillet 2023, l'option Wellness, incluant une entrée aux Bains de la Gruyère a été ajoutée au forfait standard. Les réservations ont généré au total 811 nuitées en 2023, dont 75 nuitées en option Wellness et 736 nuitées pour le forfait standard. Ce qui correspond à une augmentation de 10,5% par rapport à l'année précédente qui enregistrait 734 nuitées.

Le forfait ski, permettant de lier des nuitées avec des journées de ski dans les stations de la région, a quant à lui enregistré peu de nuitées en 2023.

De plus, les trois offres forfaitaires avec nuitées sur le thème de la randonnée dans les Préalpes fribourgeoises ont généré au total 114 nuitées, le double de 2022 avec 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.

Avec l'inauguration de la nouvelle ligne ferroviaire Berne-Broc, Chocolaterie, le «DayPass La Gruyère» a marqué le début d'une ère nouvelle, ouvrant les portes de notre région à un public plus large. Ce produit innovant, lancé fin août 2023, a rapidement captivé l'imaginaire des visiteurs, comme en témoignent les 659 réservations enregistrées jusqu'à fin décembre. Un succès qui a largement surpassé nos attentes. Conçu comme une invitation à explorer La Gruyère le temps d'une journée, le «DayPass La Gruyère» vise à faciliter la découverte de nos joyaux touristiques via les transports publics. Cette offre, bien plus qu'un simple billet, est une promesse d'aventure et de découverte. Elle encourage les visiteurs non seulement à s'immerger dans la beauté et la richesse de la région le temps d'une journée, mais aussi à envisager des séjours prolongés ou à planifier des retours, séduits par l'éventail d'expériences que La Gruyère a à offrir.

Plus de **30%** de réduction

1 journée **1** pass **3** entrées
+ 1 chocolat chaud

DAY PASS LA GRUYÈRE

tpf
Transport publics inclus

CAILLER
MAISON CAILLER®
L'EXPERIENCE CHOCOLATÉE
PRÉFÉRÉE DE SUISSE

CHÂTEAU DE GRUYÈRES

LA MAISON DU GRUYÈRE
LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LA GRUYÈRE
UN PAYS DE CŒUR LA-GRUYERE.CH

ACTIONS MARKETING

Publicité & Promotion

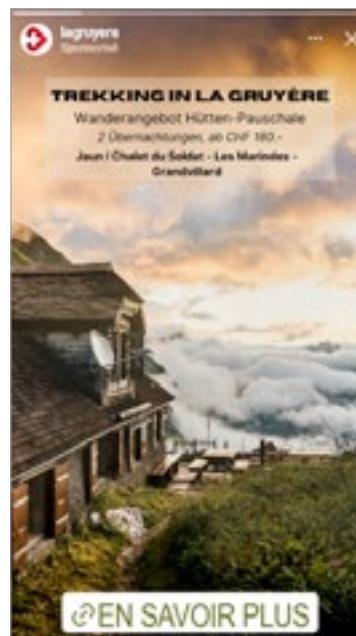
Du fait des tâches confiées à une organisation touristique régionale, LGT a pour mission principale la promotion de la destination touristique de La Gruyère en dehors de la région. LGT profite de nombreuses collaborations afin de diversifier sa promotion avec notamment l'UFT et les autres districts du canton avec lesquels le fond marketing coordonné est géré. LGT collabore également avec 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

L'année 2023 a été marquée par des actions marketing visant à renforcer la notoriété de la région et à attirer un public diversifié. Grâce à des campagnes majoritairement digitales, LGT a pu toucher son audience cible de manière efficace.

LGT a profité de ces supports pour mettre en avant les produits phares tels que le «Passeport La Gruyère», le «DayPass La Gruyère» et les offres trekking afin d'avoir une proposition concrète d'une excursion ou d'un séjour et de pouvoir faire profiter à ses nombreux prestataires des retombées de ces campagnes marketing. Des événements comme les Marchés de Noël en Gruyère ont également été l'objet de ces campagnes.

Aux vues du budget à disposition, LGT a principalement concentré ses efforts sur ses propres canaux: réseaux sociaux (Facebook, Instagram) et réseaux de recherche Google. Un spot radio sur Bern 1 avec des bannières sur leur site internet a également été réalisé. Au total, ces actions ont généré environ 11 millions d'impressions et aidé à faire rayonner La Gruyère dans toute la Suisse.



ACTIONS MARKETING

Publicité & Promotion

Actions Union fribourgeoise du Tourisme

LGT contribue au fond marketing coordonné avec l'UFT et les six autres régions touristiques du canton. Grâce aux moyens mis en commun, des campagnes par saison ont pu être réalisées. Ces dernières étaient principalement digitales et se concentrent sur la Suisse, le 1er marché de la région, avec environ 60% tournées vers la Suisse allemande et 40% vers la Suisse romande. Les 4 saisons ont été ciblées :

Hiver

La campagne hivernale visait à augmenter la notoriété du canton en Suisse avec ses petites stations hivernales et avec la diversité des activités autour des lacs, montagnes et villes. Le calendrier de l'Après a été organisé après la période de l'Avent afin de se démarquer des autres destinations.

Printemps

En plus de présenter la nouvelle marque FRIBOURG, cette campagne avait comme objectif de promouvoir le canton de Fribourg comme destination durable et proche de la nature en sensibilisant le consommateur aux produits locaux et au tourisme doux.

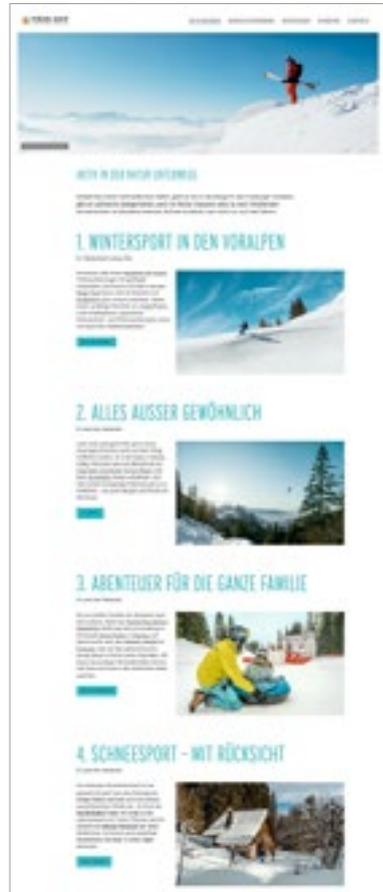
Eté

Le petit chien Louki découvrait les sept régions. Le but était de mettre en avant le canton en tant que destination pour une excursion et un séjour en présentant la diversité entre villes, lacs et montagnes.

Automne

La campagne d'automne visait à sensibiliser le consommateur aux produits locaux et au tourisme doux en promouvant le canton de Fribourg comme facile d'accès en transports publics notamment à travers une vidéo mettant en avant la nouvelle ligne Berne-Broc, Chocolaterie avec la Maison Cailler. De plus, la campagne valorisait la Bénichon.

Ces quatre campagnes ont généré environ 275'000 sessions sur les landing pages, plus de 36 millions d'impressions à travers de l'online advertising, Youtube Ads et Google Ads et près de 29,8 millions d'impressions sur les réseaux sociaux.



ACTIONS MARKETING

Publicité & Promotion

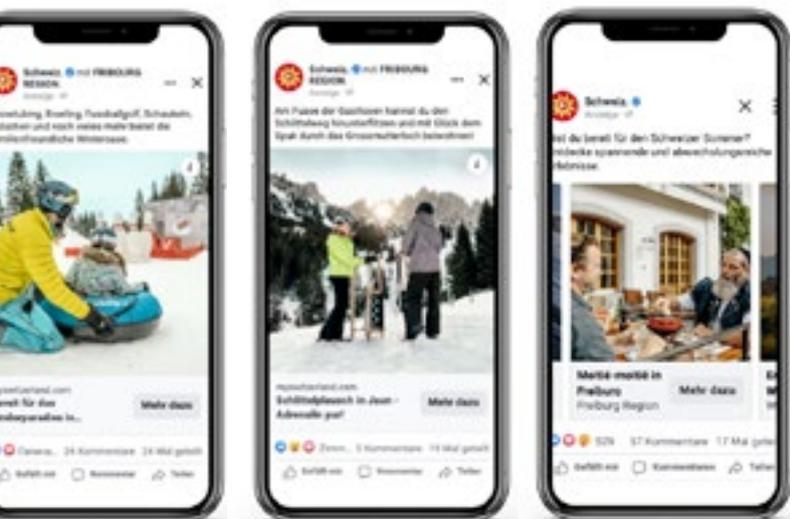


Actions Suisse Tourisme

LGT investit via le fond marketing coordonné de l'UFT dans la campagne été et hiver de Suisse Tourisme (ST). De plus, une campagne Spa & Vitality en automne a à nouveau été réalisée avec ST dans le cadre de la labellisation Wellness de la destination Charmey. Quelques informations sur les différentes campagnes :

Hiver

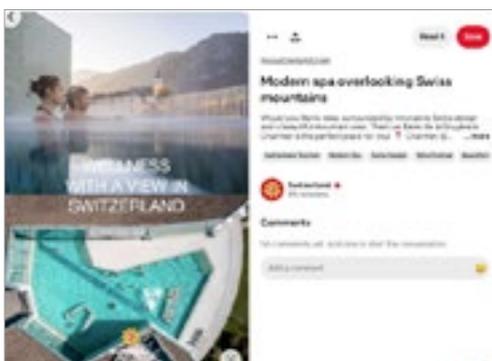
La Gruyère y était présente avec quatre stations (sur six stations fribourgeoises au total). Les thématiques présentées étaient le Village du Bounè Rodzo à Charmey ainsi que la piste de luge à Jaun. Des visuels ont été publiés et boostés sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) de ST pour rediriger vers des landing pages spécifiques. Au total, les thématiques en Gruyère ont généré 3,8 millions d'impressions et plus de 23'000 clics, ce qui est au-dessus de la moyenne. En revanche, la campagne avec la promotion de la luge à Jaun a dû être stoppée plus tôt que prévu en raison des mauvaises conditions d'enneigement.



Été

L'été étant la saison la plus forte de la destination, La Gruyère a recherché une présence proportionnellement forte sur cette campagne importante de ST. Une longue vidéo mettant en avant la randonnée de Schwarzsee via Charmey à Gruyères avec le chanteur Suisse allemand Gustav a généré plus de 11 millions d'impressions sur Youtube, Facebook et Instagram et a dépassé les 40'000 clics.

De plus, des campagnes payantes ont été réalisées mettant en avant des visuels du Berra Bike Park et de la montagne de loisirs de Moléson. Chaque visuel redirigeait vers une landing page spécifique, qui a généré au total 11'000 clics pour ces deux thématiques.



Automne (Spa & Vitality)

Participer à cette campagne a été une excellente opportunité pour LGT de se différencier et de profiter d'une approche spécifique développée par ST pour les destinations labellisées Wellness comme Charmey. Un visuel des Bains de la Gruyère a été diffusé sur les réseaux sociaux et a atteint plus d'un million d'impressions et plus de 13'000 clics sur la page dédiée sur Myswitzerland.com. En outre, un article mettant en avant le Lac de La Gruyère et ses activités nautiques est paru dans le magazine estival de ST, tiré à 340'000 exemplaires en 6 langues.

ACTIONS MARKETING

Publicité & Promotion

Actions Marchés étrangers

A travers les moyens communs, l'UFT coordonne diverses actions sur les marchés principaux hors Suisse, c'est-à-dire en Allemagne, France et Espagne.

En 2023, 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, collaboration avec des quotidiens/magazines, voyages de presse, etc.).

Sur le principal marché étranger de La Gruyère, la France, les actions menées via ST ont été nombreuses et très riches pour la destination (jeu interactif avec le Courrier international, mini-guide avec Paris Tonic, publicité dans Le Monde, venue d'influenceurs, etc.).

Le marché espagnol, considéré comme secondaire, a été touché par des promotions intéressantes menées par ST (petit guide imprimé et digital «Made in Suiza», landing page, magazine Grand Tour of Switzerland, visite de Jordi Roca, émissions sur TVE dans «Aquí la tierra», etc.).



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 ciblées complètent celles de LGT et permettent à nos partenaires de profiter de notre savoir-faire en matière de marketing tout en resserrant les liens avec eux via ces partenariats «gagnant-gagnant».

Partenariat avec le Pool de promotion Gruyères

- Campagne Google Ads et réseaux sociaux
- Adhésion à «Léman sans frontières»

Partenariat avec le TOP 4 (quatre grands musées en Gruyère)

- Bâches CGN et annonce dans le guide horaire
- Campagne Google Ads et réseaux sociaux
- Mailings aux écoles privées et aux caristes

Participation à la promotion de l'association des Musées en Gruyère au travers des Google Ads

Espace promotionnel au Restoroute de la Gruyère

- Depuis début avril 2023, un nouvel espace touristique ludique, destiné à distraire les nombreux visiteurs faisant une halte en Gruyère et à les inviter à venir découvrir plus en profondeur notre belle région, a été inauguré au Restoroute de la Gruyère. Grâce à une participation active et un financement commun de tous les partenaires, l'espace a pu se concrétiser. La Maison Cailler, le Château de Gruyères, La Maison du Gruyère, le Musée gruérien, les Bains de la Gruyère ainsi que LGT ont donc créé un groupe de travail afin de promouvoir toute la région. En effet, l'accès autoroutier dans les 2 sens se prêtait parfaitement pour la promotion de la région.

Cet espace, se trouvant directement à l'entrée du bâtiment, se veut ludique et interactif. Les modules se présentent sous forme d'un jeu digital ouvert à tous où l'on se transforme pour un moment en un aventurier de La Gruyère. Pour investiguer les curiosités de la région, 6 personnages représentent les partenaires sur un panneau triangulaire contenant 2 personnages par face. Ces derniers proposent aux visiteurs de participer à un jeu via un QR-code, par des phrases intrigantes et alléchantes comme: «Retrouve-moi à l'alpage et aide-moi à résoudre l'énigme !» Un espace virtuel qui se décline en 2 parties est ouvert et pose pour la première phase des questions où certaines solutions peuvent se trouver sur 6 socles présentant divers objets de la région. Quant à la deuxième partie, elle propose plutôt des devinettes. A savoir, que les hôtels gruériens sont également impliqués dans le projet du fait qu'un forfait «Passeport La Gruyère» est mis en jeu 2 fois par année afin de récompenser les vainqueurs qui seront tirés au sort. D'autres prix de divers partenaires sont également attribués.

Avec la vue et le décor à couper le souffle, qui se dégagent du restoroute, l'idée primaire de ce jeu est sans conteste de donner un aperçu global et plus détaillé de ce qu'est vraiment La Gruyère. Comme beaucoup de routiers s'arrêtent au restoroute, sans forcément venir visiter la région, l'enjeu est de susciter l'envie de venir découvrir les nombreux trésors que recèle La Gruyère.

Espace dédié au Grand Tour of Switzerland

- Dans le cadre d'une initiative ambitieuse orchestrée par ST, LGT a brillamment relevé le challenge lancé autour du Grand Tour of Switzerland (GT'oS). Cette compétition visait à mettre en lumière le GT'oS avec un espace dédié. Animées par un esprit d'innovation et une passion indéniable pour leur région, les apprenties et stagiaires de LGT se sont plongées dans ce projet avec détermination et créativité. Ensemble, elles ont imaginé et conçu un concept unique, pensé pour captiver et engager les visiteurs autour du GT'oS. C'est avec une grande fierté que nous annonçons que cette initiative a non seulement retenu l'attention de ST mais lui a également valu de remporter le prestigieux prix du concours. Une reconnaissance qui s'accompagne d'un soutien financier attribué pour la réalisation du projet. Actuellement encore en phase de réalisation, ce coin offrira aux visiteurs de la salle d'exposition de l'Office du Tourisme de Gruyères une découverte ludique.



ACTIONS MARKETING

Autres actions de communication

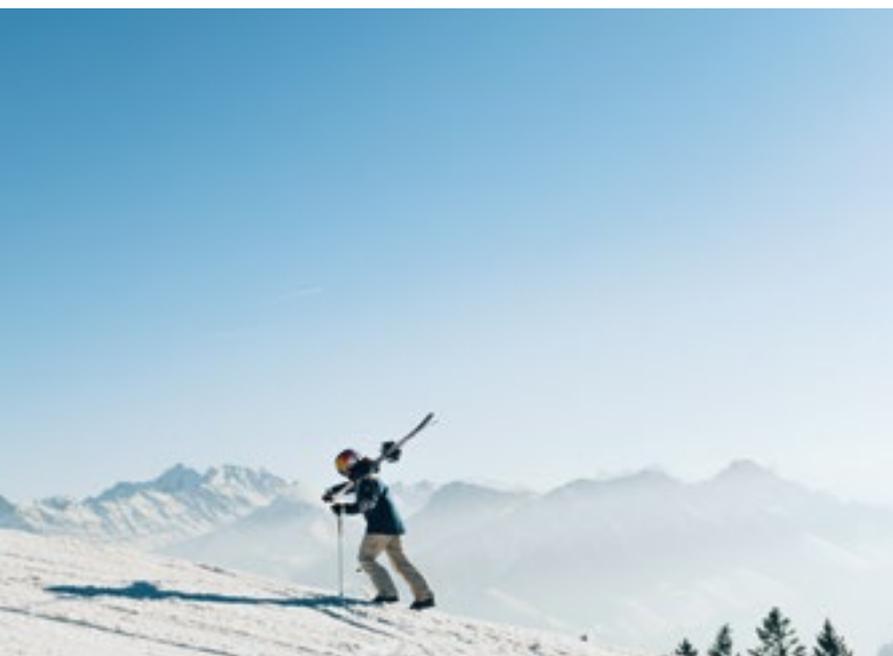
Sponsoring – Mathilde Gremaud

LGT continue de supporter la skieuse freestyle gruérienne Mathilde Gremaud qui a encore beaucoup fait parler d'elle en 2023 avec ses succès.

Très active sur les réseaux sociaux Instagram (73k fans) et Facebook (7,7k fans), elle publie fréquemment du contenu en lien avec ses activités favorites à faire dans la région.

Mathilde Gremaud a participé à la première édition de l'ÖKK Bike Revolution en Gruyère en date du 26 août 2023. Les participants ont pu profiter d'une sortie à vélo à travers La Gruyère avec la sportive. Grâce aux différents réseaux sociaux, notamment à ceux de Mathilde, l'événement a connu une large diffusion.

Découvrez-en davantage sur notre ambassadrice :
www.la-gruyere.ch/mathilde



Soutien à d'autres événements

Au-delà des événements et animations organisés par les SD 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 2023 avec la collaboration pour la Nuit des Musées en Gruyère ou la Désalpe de Charmey par exemple.

STATISTIQUES 2023

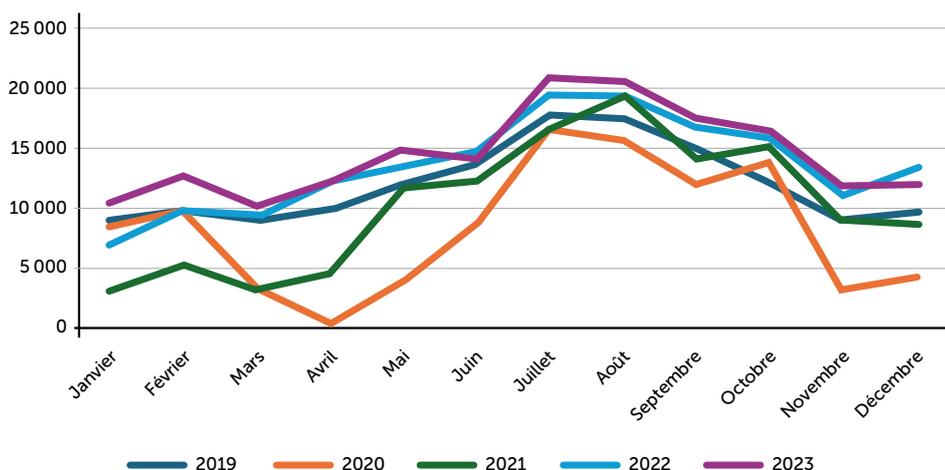
Nuitées



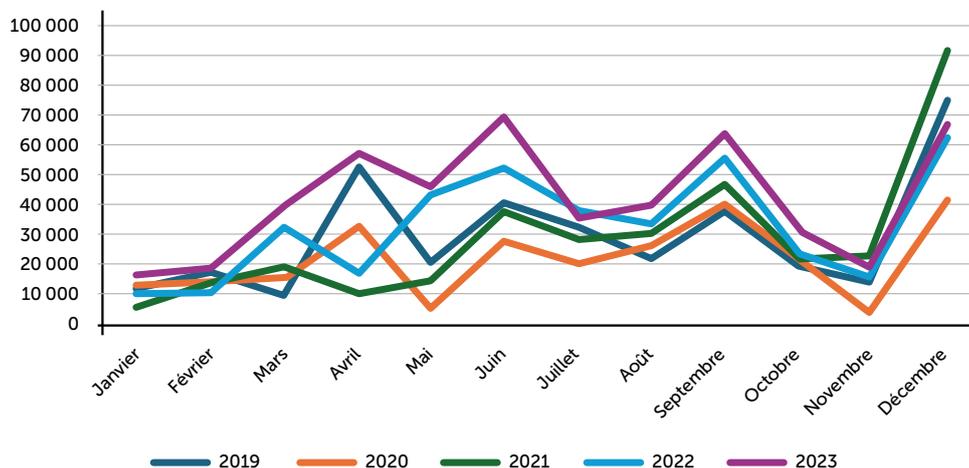
En 2023, la région a enregistré un total de 172'500 nuitées, soit une augmentation remarquable de plus de 10% par rapport à l'année précédente et de plus de 22% par rapport à 2019, année de référence. Cette croissance témoigne d'une performance exceptionnelle dans le secteur du tourisme. Les principaux contributeurs à ces nuitées sont la Suisse, représentant 67% du total, suivie par la France avec 11%, l'Allemagne avec 4% et l'Italie avec 3%. Cette diversité de provenance confirme l'attrait international de la région en tant que destination touristique prisée. Les données révèlent une tendance positive et prometteuse pour l'avenir du tourisme régional.

De plus, la taxe de séjour encaissée pour les nuitées dans la région, uniformisée à CHF 3.- par nuitée pour les personnes dès 16 ans, conformément à la nouvelle loi sur le tourisme, a également contribué à augmenter les revenus de 29%. Cette mesure démontre l'engagement continu à soutenir le développement et la promotion du tourisme régional.

Nuitées hôtellerie 2019-2023



Recettes des taxes de séjour (CHF)



STATISTIQUES 2023

Attractions touristiques & Musées

LGT est extrêmement satisfaite de constater l'augmentation significative de l'affluence chez ses partenaires au cours de l'année 2023. Les chiffres témoignent d'une croissance remarquable, ce qui renforce sa position en tant que destination touristique prisée. Parmi ses partenaires, la Maison Cailler a accueilli 437'640 visiteurs, enregistrant une augmentation de 17% par rapport à l'année précédente. Les Bains de la Gruyère ont également connu une augmentation de fréquentation, accueillant 256'511 visiteurs, soit une hausse de 14%. De plus, La Maison du Gruyère a attiré 188'076 visiteurs, enregistrant une impressionnante augmentation de 23%.

Ces chiffres démontrent l'attrait croissant des sites partenaires et leur contribution essentielle à l'expérience touristique globale de la région. LGT est confiante que cette tendance positive se poursuivra et ainsi elle continuera à renforcer sa position en tant que destination de choix pour les visiteurs.



Nombre de visiteurs: musées et autres lieux visités dans le canton de Fribourg

LIEU VISITÉ	2019	2020	2021	2022	2023	% 2022-23
Maison Cailler, Broc	417'429	188'942	231'595	373'277	437'640	17,24%
Papiliorama, Kerzers	270'335	182'520	227'080	289'583	325'085	12,26%
Les Bains de la Gruyère, Charmey	210'512	133'660	130'736	224'807	256'511	14,10%
La Maison du Gruyère, Pringy	181'912	63'597	79'456	152'395	188'076	23,41%
Château de Gruyères, Gruyères	162'646	93'376	117'306	163'618	183'000	11,85%
Musée d'histoire naturelle, Fribourg	65'349	24'767	40'906	59'496	66'897	12,44%
Musée HR Giger, Gruyères	46'887	35'560	40'854	51'114	55'421	8,43%
Musée gruérien, Bulle	20'992	14'402	19'365	25'152	24'149	-3,99%
Espace J. Tinguely - N. de St Phalle, Fribourg	19'916	10'829	17'404	18'999	22'320	17,48%
Chemins de Fer du Kaeserberg, Fribourg	16'028	8'942	12'192	14'579	19'814	35,91%
Electrobroc, Broc	13'611	6'483	13'177	17'121	19'581	14,37%
Museum Murten, Murten	19'818	12'914	10'918	20'467	19'548	-4,49%
Alphasurf Cable Ski, Estavayer-le-Lac	14'000	13'000	9'100	11'830	16'800	42,01%
Musée d'Art et d'Histoire, Fribourg	14'654	6'673	9'533	18'149	16'440	9,42%
Vitromusée, Romont	17'011	7'737	11'563	16'329	15'428	5,52%
Cathédrale St-Nicolas, Fribourg	18'969	9'851	16'486	16'485	14'256	13,52%
Village lacustre, Gletterens	12'495	8'208	13'506	12'596	13'849	9,95%

COMPTES

Comptes d'exploitation



COMPTES DE FONCTIONNEMENT	Charges	Produits	Comptes 2023	Budget 2023
Contributions communales	0,00	518'338,00	-518'338,00	-518'338,00
Contributions communes Pôles	0,00	255'000,00	-255'000,00	-255'000,00
Contributions diverses	0,00	102'207,06	-102'207,06	-148'000,00
Taxe régionale de séjour	209'127,97	75'518,16	-542'390,19	-483'000,00
Contributions	209'127,97	1'627'063,22	-1'417'935,25	-1'404'338,00
Permanence téléphonique UFT	0,00	1'000,00	-1'000,00	-3'000,00
Classification appartements	242,35	7'799,99	-7'557,64	-9'000,00
Musée gruérien & Musées en Gruyère	3'788,39	5'471,55	-1'683,16	-12'000,00
Mandat Billetterie	42'847,21	80'885,35	-38'038,14	-46'000,00
Commissions et prestations de services	46'877,95	95'156,89	-48'278,94	-70'000,00
Publications	42'113,50	48'964,28	-6'850,78	17'000,00
Salons & Médias	15'916,95	5'468,05	10'448,90	19'000,00
Marketing Digital	22'524,24	22'702,53	-178,29	14'400,00
Participations campagnes FM	147'866,90	104'854,50	43'012,40	73'934,00
Autres partenariats et investissements	76'464,82	32'189,88	44'274,94	64'000,00
Marketing	304'886,41	214'179,24	90'707,17	188'334,00
Gestion institutionnelle	25'304,07	0,00	25'304,07	23'000,00
RP relations publiques	9'241,94	0,00	9'241,94	8'000,00
Développement touristique	34'546,01	0,00	34'546,01	31'000,00
Accueil & Information	157'860,32	115'508,17	42'352,15	14'600,00
Gratisa SA - Moléson	78'922,97	0,00	78'922,97	79'280,00
Randonnées, VTT, raquette à neige	234,98	3'813,37	-3'578,39	0,00
Forfaits Incoming & sorties de groupes	173'255,96	211'904,98	-38'649,02	-15'000,00
Forfaits individuels & familles	44'963,24	52'543,73	-7'580,49	-4'000,00
Activités vendues hors forfaits	0,00	5'364,90	-5'364,90	-1'000,00
Evènements organisés par l'OT	9'621,83	19'246,97	-9'625,14	0,00
Evènements organisés par des tiers	1'963,60	3'935,93	-1'972,33	0,00
Prestations en faveur des hôtes	466'822,90	412'318,05	54'504,85	73'880,00
Traitements & charges sociales	1'026'057,50	0,00	1'026'057,50	1'033'032,32
Formation & frais RH	34'637,81		34'637,81	30'000,00
Personnel	1'060'695,31	0,00	1'060'695,31	1'063'032,32
Charges administratives	40'027,93	542,29	39'485,64	33'000,00
Informatique & IT	60'806,84		60'806,84	36'000,00
Assurances	4'068,75		4'068,75	6'000,00
Loyer & charges locatives	39'368,09		39'368,09	74'500,00
TVA, amortissements & frais financiers	51'175,74		51'175,74	40'500,00
Autres charges d'exploitation	195'447,35	542,29	194'905,06	190'000,00
Charges & produits extraordinaires	22'585,16		22'585,16	0,00
Total Produit		2'349'259,69	2'349'259,69	2'044'271,00
Total Charge	2'340'989,06		2'340'989,06	2'042'778,75
Bénéfice			8'270,63	1'492,25

COMPTES

Bilan

BILAN	au 31.12.23	%	au 31.12.22	%
Actif				
Circulant				
Liquidités	592'917,60		421'893,75	
Débiteurs	106'358,50		119'962,60	
Autres débiteurs	115'307,81		0,00	
Stock	39'800,00		55'100,00	
Actifs de régularisation	85'096,66		5'818,05	
Total de l'actif circulant	939'480,57	99%	602'774,40	98%
Immobilisé				
Garantie de loyer	5'399,60		0,00	
Informatique	4'180,00		6'980,00	
Communication/Promotion	1'060,00		3'020,00	
Accueil	0,00		0,00	
Total de l'actif immobilisé	10'639,60	1%	10'000,00	2%
Total de l'Actif	950'120,17	100%	612'774,40	100%
Passif				
Capitaux étrangers				
Créanciers	74'383,25		53'691,76	
Créancier AFC	20'115,23		19'586,74	
Autres créanciers	49'050,94		0,00	
Passifs de régularisation	50'577,17		10'155,45	
Provision pour restructuration	159'668,68		159'668,68	
Provision pour marketing	258'800,00		258'800,00	
Provision pour pertes sur débiteurs	6'000,00		6'000,00	
Provision pour informatique	30'000,00		30'000,00	
Provision aménagement locaux	0,00		50'000,00	
Total des capitaux étrangers	648'595,27	68%	587'902,63	96%
Capitaux propres				
Capital	24'871,77		22'174,84	
Capital billetterie (report 2022)	268'382,50		0,00	
Résultat de l'exercice	8'270,63		2'696,93	
Résultat au bilan	8'270,63		2'696,93	
Total des capitaux propres	301'524,90	32%	24'871,77	4%
Total du Passif	950'120,17	100%	612'774,40	100%

RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION



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 requière 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'élément 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 2024

Objectifs organisationnels

- Implémentation du Concept Directeur Touristique
- Création d'une Commission Stratégique du Développement Touristique Régional
- Définition de la Stratégie Marketing
- Amélioration des relations avec les partenaires & prestataires
- Réalisation des séances prestataires & Envoi des Newsletter Prestataires de manière régulière

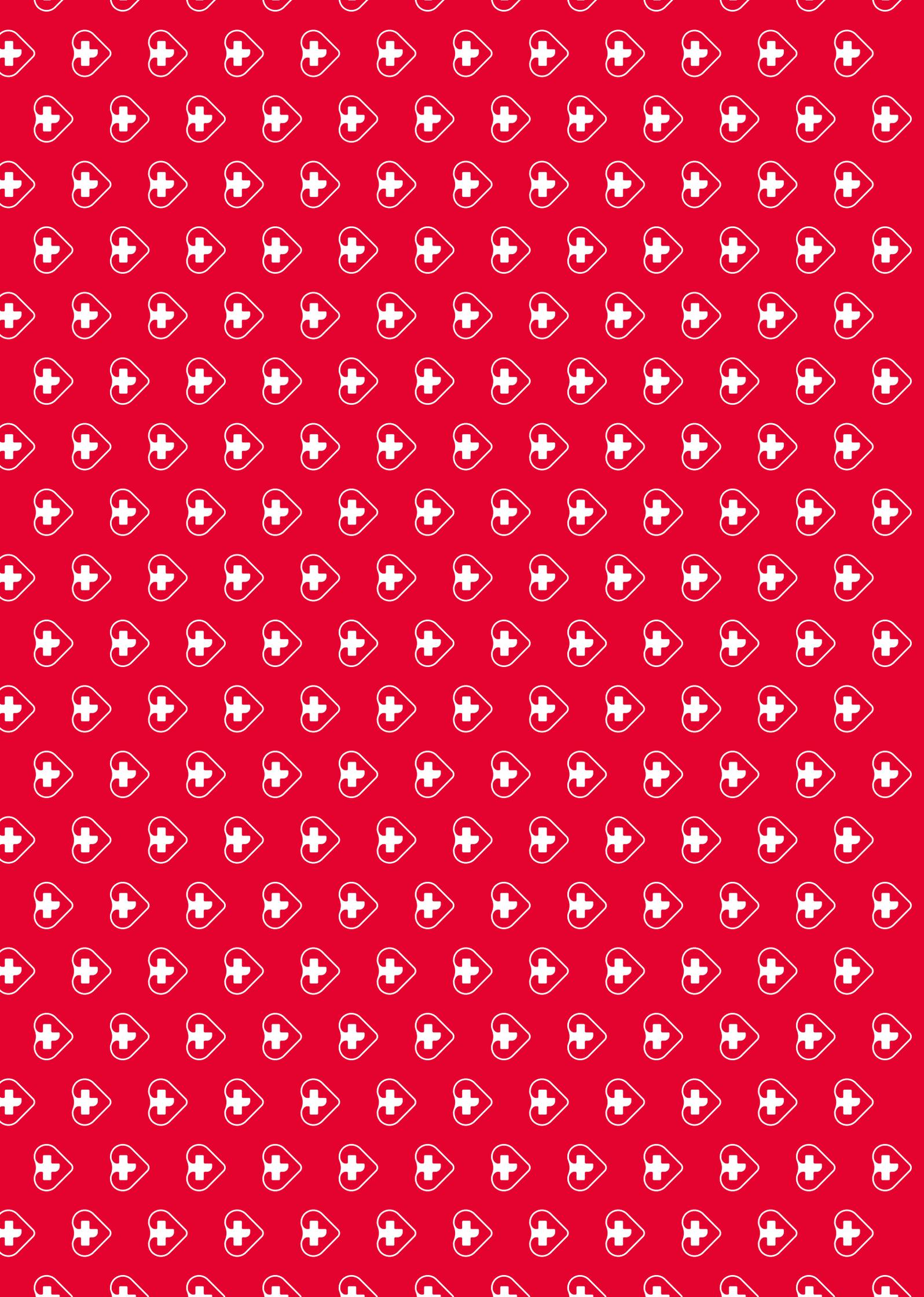
Marketing

- Optimisation de l'utilisabilité et augmentation des visites du nouveau site web www.la-gruyere.ch
- Adaptation de la brochure régionale phare de LGT «Le Guide vos vacances»
- Maintien de la présence importante de La Gruyère dans les campagnes de l'UFT et de ST
- Création d'un dossier de sponsoring exhaustif
- Création de circuits: découverte de la ville de Bulle et développement d'expériences gastronomiques
- Réflexion autour du «Passeport La Gruyère» afin d'améliorer l'offre des forfaits
- Partenaires: renforcement des actions communes de communication

Suivez nos activités
www.la-gruyere.ch/rapport
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 (UFT)

pour leurs précieuses contributions
et leur soutien dans nos activités.

-  [instagram.com/lagruyere](https://www.instagram.com/lagruyere)
-  [facebook.com/RegionLaGruyere](https://www.facebook.com/RegionLaGruyere)
-  [linkedin.com/company/lagruyere](https://www.linkedin.com/company/lagruyere)
-  [youtube.com/lagruyeretourisme](https://www.youtube.com/lagruyeretourisme)
-  twitter.com/La_Gruyere
[#lagruyere](https://twitter.com/La_Gruyere)

www.la-gruyere.ch/rapport

Recevez-vous notre newsletter?
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
www.la-gruyere.ch

Droits: La Gruyère Tourisme, UFT/FTV, Switzerland
Tourism - Nicole Schafer, Upperview Productions,
Up to you, Yannick Romagnoli, Pascal Gertschen

LA GRUYÈRE TOURISME

