

**Procès-verbal
de l'Assemblée générale du mercredi 11 juin 2025**

Date et lieu :

Mercredi 11 juin 2025, 17h30 au restaurant du Brand à La Berra

Présents :

Selon liste des présences

Excusés :

Selon liste des excusés

M. Nicolas Wyssmueller (NW), Président, excuse les personnes absentes et communique l'ordre du jour suivant :

1. Salutations
2. Approbation du procès-verbal de l'AG du 5 juin 2024
3. Message de La Gruyère Tourisme
4. Rapport d'activité 2024
5. Comptes 2024 & Rapport de l'organe de révision
6. Élection de l'organe de révision
7. Élection de nouveaux membres du comité directeur
8. Programme d'activités 2025
9. Divers

NW demande s'il y a des remarques à son sujet, comme ce n'est pas le cas, il déclare l'assemblée valablement constituée.

1. Salutations

Après les salutations d'usage, NW ouvre la séance, qui débute à 17h30 au restaurant du Brand, à La Berra.

M. Bertrand Gaillard, Syndic de La Roche, prend la parole. Il a le plaisir de saluer l'assemblée au nom des autorités communales et présente un court film sur le village et sa station de ski. Il annonce également, au nom du Conseil communal, que le verre de l'amitié sera offert à l'issue de la séance, et souhaite à toutes et tous une excellente assemblée.

2. Procès-verbal de l'Assemblée générale du 5 juin 2024

NW demande si le procès-verbal de l'Assemblée générale du 5 juin 2024 soulève des remarques particulières, ce n'est pas le cas.

- Le procès-verbal est accepté à l'unanimité avec remerciements à son auteure, Mme Genoud.

3. Message de La Gruyère Tourisme

NW souhaite mettre en évidence cinq éléments qu'il considère comme déterminants pour le bon fonctionnement de La Gruyère Tourisme (LGT).

Communication

Il insiste sur l'importance de la communication, tant avec les mandats externes qu'à travers les actions marketing, qu'elles soient directes ou indirectes. La communication interne est également essentielle, notamment au niveau cantonal et communal. Dans un contexte de finances communales fragiles, il est d'autant plus crucial d'avancer de manière concertée.

Amélioration

La mise en œuvre du nouveau concept touristique régional a entraîné des changements profonds, encore partiellement maîtrisés. Le processus d'amélioration continue est en cours.

Vision

Les opinions divergent, mais à long terme, LGT doit avoir pour partenaires privilégiés l'UFT, ainsi que l'ARG (plan directeur régional). Une commission « patrimoine, tourisme et culture » sera prochainement mise en place. LGT n'a pas pour mission de créer des structures, mais sa vision est étroitement liée à l'ensemble du paysage politique régional.

Collaboration

En tant qu'association, LGT se doit de collaborer activement avec les communes ainsi qu'avec les autres acteurs touristiques régionaux. Les outils adéquats sont en place et des améliorations sont envisageables dans un avenir à court terme.

Élection

Cette assemblée est la dernière pour NW. Il remercie chaleureusement l'ensemble des personnes présentes pour leur engagement en cette période exigeante, en particulier les partenaires qui accueillent les visiteurs. Il adresse également ses remerciements à la direction de LGT et à l'ensemble des collaborateurs pour leur travail remarquable.

4. Rapport d'activité 2024

La parole est donnée à Mme Marta Flack (MF), Directrice, pour la présentation du rapport d'activité.

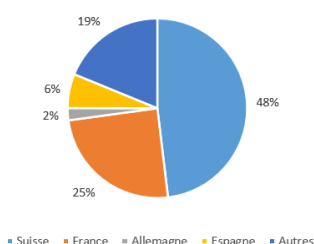
Elle souhaite la bienvenue à toutes et tous et diffuse un court film récapitulant les temps forts de l'année 2024 (disponible sur le site).

Alors que le retour des hôtes étrangers se confirme et que la fidélité de la clientèle suisse se maintient, le tourisme gruérien enregistre en 2024 la poursuite des bons résultats observés en 2022 et 2023, deux années records, tant au niveau des nuitées que de la fréquentation des lieux de visite. Elle se réjouit de partager les activités menées durant l'année, les chiffres clés ainsi que quelques éléments complémentaires au cours de la présentation du rapport d'activité.

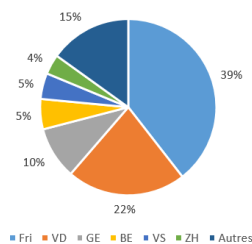
- Information & Accueil touristique

870 jours d'ouverture – 6753 heures d'ouverture annuelles

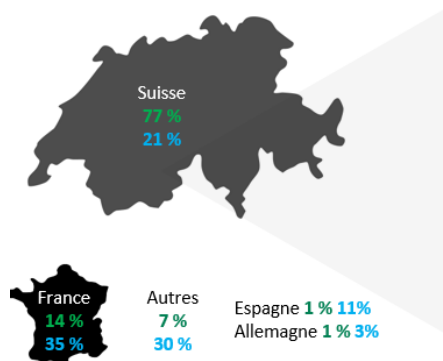
Pays de provenance des hôtes 2024



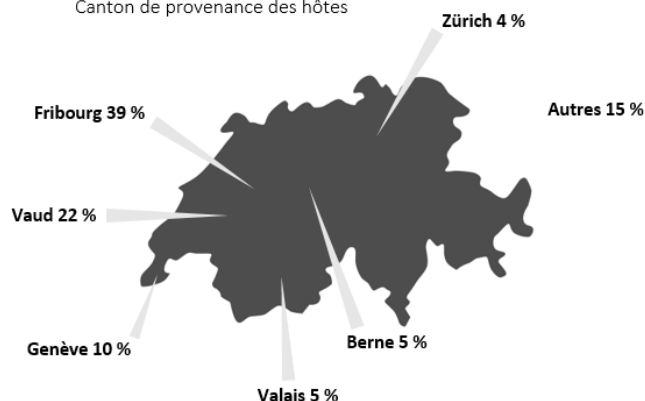
Cantons de provenance des hôtes 2024



Pays de provenance des hôtes Bulle & Gruyères



Canton de provenance des hôtes



Répartition des publics

Env. 30 % séjours
(au moins une nuit)



Env. 70 %
excursionnistes
(visite à la journée)

Top demandes

Rando
Culture & musées
Loisirs
Partenaires

Une demande variée

- LA BILLETTERIE

Les chiffres de LA BILLETTERIE témoignent de son succès. En 2024, 20'201 billets ont été vendus (contre 15'547 en 2023), ainsi que 431 abonnements (contre 469 en 2023)

- Statistiques – Nuitées

180'280
nuitées hôtellerie

+4,38%
par rapport à 2023

125'487
nuitées
parahôtellerie
commerciale

-7,06%
par rapport à 2023

200'667
nuitées
parahôtellerie
résidentielle

-3,73%
par rapport à 2023

Total

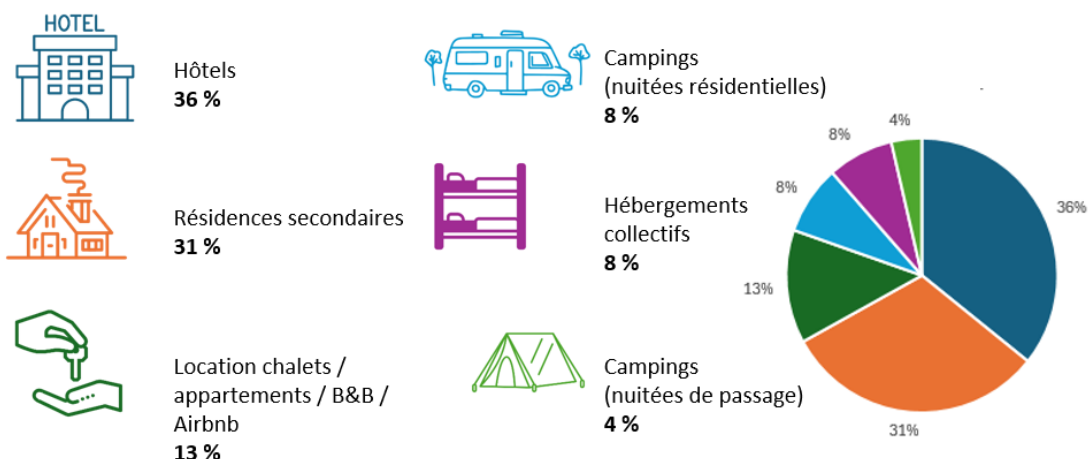
-1,89%
par rapport à 2023

Parahôtellerie commerciale :

- Locations chalets
- AirBnB
- Hébergements collectifs
- Les nuitées de passages aux campings

Parahôtellerie résidentielle :

- Résidences secondaires
- Nuitées résidentielles en campings



- Statistiques – Nuitées hôtellerie canton

Synthèse des données 2023–2024

Total 2023 : 496'830

Total 2024 : 484'516

Évolution globale :  -2,5 %



La Gruyère :  +4,38 %

Plus fortes hausses

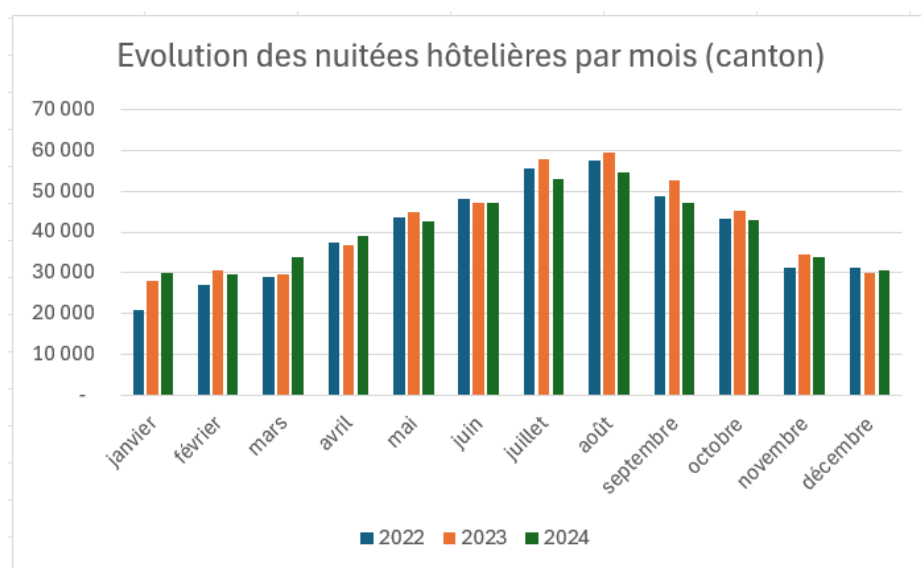
Mars : +13,9 %

Janvier : +6,9 %

Avril : +5,9 %

LGT poursuivra ses efforts afin de lisser la courbe des nuitées mensuelles, dans l'objectif de développer un tourisme véritablement quatre saisons. En moyenne, les nuitées hôtelières ont enregistré une hausse de 4,38 %.

- Statistiques – Nuitées hôtellerie canton



Les efforts fournis afin d'aplatir la courbe pour arriver à un tourisme 4 saisons commencent à payer.



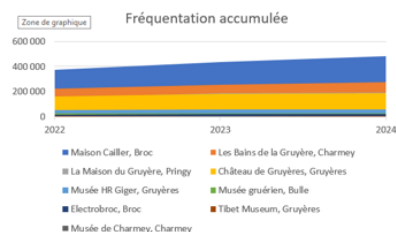
6 attractions et musées
classés dans le top 10 des plus visités du canton

1'251'045
Entrées payantes

+ 6 % par rapport à 2023
+ 21 % par rapport à 2022

1. Maison Cailler
2. Bains de la Gruyère
3. Maison du Gruyère
4. Château de Gruyères
5. Musée HR Giger
6. Musée gruérien
7. Electrobroc
8. Tibet Museum
9. Musée de Charmey

Maison Cailler
481'003 visiteurs
Record de fréquentation
+10 % par rapport à 2023



+15% d'augmentation en moyenne par rapport à 2019

+21% d'augmentation en moyenne par rapport à 2022

+6% d'augmentation en moyenne par rapport à 2023

- Marketing | Union fribourgeoise du Tourisme

Les campagnes de l'UFT, financées via le fond marketing, étaient intégralement digitales. De nombreuses actions ont été réalisées, telles que le bannering, l'envoi de newsletters, la gestion des réseaux sociaux, etc. Ces campagnes ont généré plus de 36 millions d'impressions.

Les thèmes mis en avant étaient les suivants :

Hiver : Grossmutterloch et le Marché de Noël à Gruyères. Le passeport wellness et les bains ont également occupé une place importante dans cette campagne, valorisant l'offre bien-être de la région.

Été : deuxième saison estivale avec Louki

Les campagnes avec Suisse Tourisme (ST) ont mis en avant :

- Berra Bike Park
- Montagne de loisirs Moléson
- Randonnée de Schwarzsee à Gruyères
- Luge à Jaun
- Village du Bounè Rodzo à Charmey

Ces actions ont généré un total de 3,8 millions d'impressions.

À travers diverses initiatives menées conjointement avec ST et l'UFT, les marchés de la France, de l'Allemagne et de l'Espagne ont été ciblés.

- Marketing | La Gruyère Tourisme

Les actions menées par LGT se sont principalement concentrées sur deux axes complémentaires.

Le premier axe concerne la promotion de produits et forfaits, tels que le Day Pass La Gruyère, le Passeport La Gruyère ou les offres Trekking. L'objectif est de proposer des expériences concrètes d'excursions ou de séjours, tout en générant des retombées pour nos nombreux prestataires grâce à ses campagnes marketing ciblées.

Le second axe a porté vers la promotion des événements, notamment le Marché de Noël de Gruyères, afin de dynamiser la fréquentation locale et attirer un large public autour de ces moments incontournables.

LGT a privilégié la communication via ses propres réseaux sociaux, maximisant ainsi l'impact de ces actions sur ses différentes plateformes.

- Marketing | Promotions avec partenaires

PPG

Campagnes
loisirs.ch

Réalisation vidéo

Google ads

TOP4

Collaboration Gretz
Communication

Articles media

Collaboration
influenceurs

Musées en Gruyère

Publications
sponsorisées

LGT réalise des actions ponctuelles en collaboration avec les prestataires touristiques

• Marketing | Forfaits



+13 %
par rapport à 2023



+5 %
Augmentation des nuitées
Particulièrement sur l'Aventurier

• Marketing | Webmarketing | Réseaux sociaux



28'277
followers

+14,6%
par rapport à 2023



35'346
followers

+2,34%
par rapport à 2023



1'776
abonnés

+21,5%
par rapport à 2023

Les RS restent clairement une priorité pour LGT.

LGT agrandit chaque année son audience et teste de nouveaux moyens de communiquer sur ces plateformes. Elle couvre l'actualité, mais utilise surtout les réseaux sociaux comme canal de promotion pour ses campagnes.

Elle les emploie principalement comme source d'inspiration, pour partager des idées d'activités ou des actualités.

Dans les stories, LGT présente les « Bons plans » chaque fin de semaine, partage les actualités, les événements et activités « sur le moment », et reposte les stories et/ou photos des abonnés.

Marketing | Subventionnement événements

47 demandes de subventions
25 événements subventionnés

Les détails relatifs au subventionnement des manifestations, ainsi que le règlement, la procédure et la liste des événements soutenus, sont disponibles sur le site de LGT : <https://fribourg.ch/fr/la-gruyere/qui-sommes-nous/demande-subvention/>

Organisation d'événements par LGT

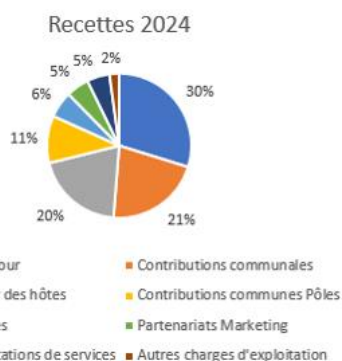
- Fête de la Crème double à Gruyères
- Fête du Fromage à Gruyères
- Marché folklorique à Bulle
- Noël à Gruyères : 3 week-ends (soit un de plus qu'en 2023) avec plus de 22'000 visiteurs
- Bike Revolution à Gruyères
- Désalpe de Charmey
- Sustainable Tourism Days 30-31.10.2024
- Participation au Wandergipfel
- La Gruyère Tourisme récompensée *pour la valorisation des légendes et contes traditionnels*. Märchenpreis – Prix suisse des contes et légendes 2024

Aucune question n'est relevée. NW souligne les efforts du département marketing dans la communication et félicite LGT pour tout ce travail.

5. Comptes 2024

Recettes : total de CHF 2'411'299.-

total de CHF 2'349'259.- (2023)



Charges : total de CHF 2'403'562.-

total de CHF 2'340'989.- (2023)



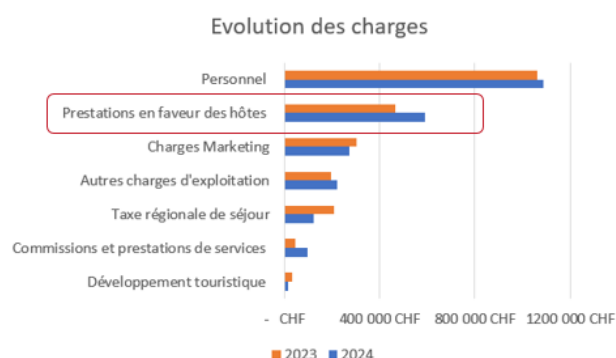
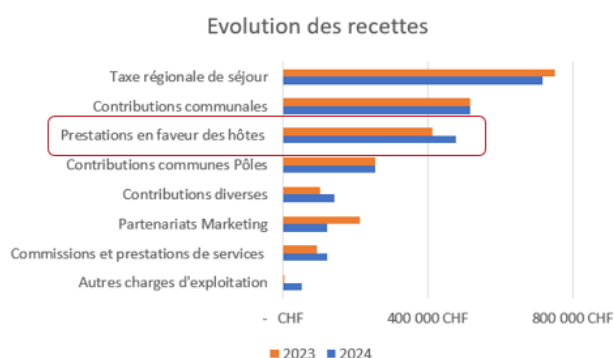
Le total des recettes a augmenté d'environ 3%, à l'image des charges, qui ont également connu une légère hausse.

Les revenus de LGT proviennent principalement de la taxe de séjour, des contributions communales ainsi que des bénéfices générés par ses produits et forfaits.

Du côté des charges, elles englobent les coûts liés aux ressources humaines (accueil, organisation des manifestations, marketing, administration), ainsi que les frais pour les prestations offertes aux hôtes et les activités marketing.

Recettes : total de CHF 2'411'299.- (2024)
 total de CHF 2'349'259.- (2023)

Charges : total de CHF 2'403'562.- (2024)
 total de CHF 2'340'989.- (2023)



Evolution recettes :

- Moins de TS en 2024
- Baisse des contributions communales en 2024
- Augmentation des prestations en faveur des hôtes (produits et incoming)
- Hausse des contributions des pôles
- Contributions diverses : légère augmentation liée au mandat Event de l'OTG ainsi qu'au 1er août de Bulle
- Partenariats Marketing : nouveau dossier de partenariat et uniformisation du sponsoring
- Commission & prestations de services : augmentation des ventes de LA BILLETTERIE
- Autres charges d'exploitation : remboursement du mandat Concept Directeur Touristique par l'ARG

Evolution charges :

- Les charges liées au personnel connaissent une légère augmentation
- Les prestations en faveur des hôtes (produits et incoming) ont augmenté
- Le budget marketing FMC reste stable, avec quelques économies réalisées sur les campagnes internes (analyses produits et forfaits)
- Les autres charges d'exploitation incluent les factures liées au mandat CDT
- La part de taxe de séjour distribuée est en baisse, avec moins de 25 % du montant prévu
- Les prestations de services, tant en charges qu'en recettes, ont augmenté
- Le développement touristique, incluant la gestion institutionnelle et les relations publiques, est resté stable.

COMPTES DE FONCTIONNEMENT	Charges	Produits	Comptes 2024	Budget 2024
Contributions communales	-	518 338,00	-518 338,00	-518 338,00
Contributions communes Pôles	-	255 000,00	-255 000,00	-255 000,00
Contributions diverses	-	142 252,08	-142 252,08	-251 000,00
Taxe régionale de séjour	122 500,00	717 914,84	-595 414,84	-588 750,00
Recettes	122 500,00	1 633 504,92	-1 511 004,92	-1 613 088,00
Permanence téléphonique UFT	-	-	-	-
Classification appartements	-	-	-	-
Musée gruérien & Musées en Gruyères	582,10	749,31	-167,21	-12 000,00
Mandat Billetterie	95 253,49	121 680,72	-26 427,23	13 800,00
Commissions et prestations de services	95 835,59	122 430,03	-26 594,44	1 800,00
Publications	37 080,64	15 483,15	21 597,49	24 700,00
Salons & Médias	13 559,34	1 691,13	11 868,21	13 000,00
Marketing Digital	26 916,46	12 557,20	14 359,26	8 900,00
Participations campagnes FM	147 726,00	73 863,00	73 863,00	73 862,00
Propres campagnes et partenariats	49 380,63	20 152,75	29 227,88	66 800,00
Marketing	274 663,07	123 747,23	150 915,84	187 262,00
Gestion institutionnelle	7 450,57	-	7 450,57	10 500,00
RP relations publiques	8 072,70	-	8 072,70	3 500,00
Développement touristique	15 523,27	-	15 523,27	14 000,00

MF présente les comptes de fonctionnement et souligne uniquement les gros écarts constatés. Du côté des recettes, les contributions diverses sont en retrait par rapport au budget en raison de l'inconnu de la suite de l'organisation entre LGT et les SD. Au moment de l'établissement du budget les prévisions ont été basées sur une hypothèse similaire aux exercices précédents, ce qui explique cet écart.

Concernant les commissions et prestations de services, LA BILLETTERIE a généré davantage de ventes que prévu au budget. Quant au marketing, seule une partie du budget alloué aux propres campagnes a été utilisée, car LGT est en pleine phase d'analyse de ses produits et forfaits, afin d'optimiser ses ressources et proposer des produits touristiques pertinents.

Accueil & Information	96 668,05	15 639,94	81 028,11	89 500,00
Gratisa SA - Moléson	97 132,30	-	97 132,30	100 000,00
Randonnées, VTT, raquette à neige	-	-	-	-
Forfaits Incoming & sorties de groupes	65 604,58	81 700,75	-16 096,17	-25 000,00
Forfaits individuels & familles	113 283,40	115 715,50	-2 432,10	-5 800,00
Activités vendues hors forfaits	-	-	-	-
Evénements organisés par l'OT	190 663,42	229 321,92	-38 658,50	-7 000,00
Evénements organisés par des tiers	25 162,94	37 075,55	-11 912,61	-
Prestations en faveur des hôtes	588 514,69	479 453,66	109 061,03	151 700,00
Traitements & charges sociales	1 067 968,85	-	1 067 968,85	1 112 816,19
Formation & frais RH	18 230,86	-	18 230,86	25 000,00
Personnel	1 086 199,71	-	1 086 199,71	1 137 816,19
Charges administratives	71 790,48	52 163,25	19 627,23	32 000,00
Informatique & IT	63 327,52	-	63 327,52	35 000,00
Assurances	3 704,90	-	3 704,90	5 500,00
Loyer & charges locatives	43 745,43	-	43 745,43	38 300,00
TVA, amortissements & frais financiers	37 757,55	-	37 757,55	40 500,00
Autres charges d'exploitation	220 325,88	52 163,25	168 162,63	151 300,00
Charges & produits extraordinaires	-	-	-	-
Total intermédiaire	2 403 562,21	2 411 299,09		
Bénéfice/Perte	7 736,88		7 736,88	-30 790,19
TOTAL	2 411 299,09	2 411 299,09		

En ce qui concerne les prestations en faveur des hôtes, les événements organisés par LGT ne figuraient pas dans le budget dans le passé. Cette année marque donc la première année d'autonomie après la séparation des SD.

Pour la rubrique « Personnel », le budget a été respecté.

Concernant les autres charges d'exploitation, les charges administratives révèlent des économies réalisées. Pour l'informatique, plus de charges que budgété avec beaucoup de frais en lien avec les interventions en cas de problème qui sont facturées à l'heure, mais un changement de système informatique est prévu et LGT est en train d'analyser différentes offres.

Cela débouche sur **un bénéfice de CHF 7'736.88.**

BILAN	au 31.12.24	%	au 31.12.23	%
Actif				
Circulant				
Liquidités	1 188 618,60		592 917,60	
Débiteurs	36 704,25		106 358,50	
Autres débiteurs	411,58		115 307,81	
Actifs de régularisation	99 420,35		85 096,66	
Total de l'actif circulant	1 363 454,78	99%	939 480,57	99%
Immobilité				
Garantie de loyer	5 424,35		5 399,60	
Informatique	2 480,00		4 180,00	
Communication/Promotion	-		1 060,00	
Total de l'actif immobilisé	7 904,35	1%	10 639,60	1%
Total de l'Actif	1 371 359,13	100%	950 120,17	100%

Concernant le bilan, les liquidités sont assez élevées au 31 décembre. La raison principale est l'acompte sur la saison culturelle du CO2 pour laquelle peu d'acomptes ont été versés sur 2024. La situation a été régularisée au début 2025.

Passif				
Capitaux étrangers				
Créanciers	112 949,60		74 383,25	
Créancier AFC	12 691,60		20 115,23	
Autres créanciers	343 528,24		49 050,94	
Passifs de régularisation	92 659,23		50 577,17	
Provision pour restructuration	144 668,68		159 668,68	
Provision pour marketing	258 800,00		258 800,00	
Provision pour pertes sur débiteurs	1 800,00		6 000,00	
Provision pour informatique	45 000,00		30 000,00	
Provision pour projets touristiques	15 000,00		-	
Provision pour panneaux autoroutiers	35 000,00		-	
Total des capitaux étrangers	1 062 097,35	78%	648 595,27	68%
Capitaux propres				
Capital	301 524,90		293 254,27	
Résultat de l'exercice	7 736,88		8 270,63	
Résultat au bilan	7 736,88		8 270,63	
Total des capitaux propres	309 261,78	22%	301 524,90	32%
Total du Passif	1 371 359,13	100%	950 120,17	100%

Autres créanciers : lié aux acomptes non-versés au CO2 pour la saison culturelle, régularisé début 2025

LGT a provisionné CHF 15'000.- pour les changements informatiques prévus, CHF 15'000.- pour les projets touristiques, ainsi que CHF 35'000.- pour les panneaux autoroutiers, un projet de longue date initialement prévu pour 2024, mais finalement reporté à une installation en 2025.

NW remercie MF pour la présentation des comptes invite l'assemblée à poser des questions.

M. Eric Barras demande où figure le montant dédié au soutien des animations dans la présentation ? MF lui répond que ce montant est inclus dans les charges de la taxe de séjour.

M. Philippe Baeriswyl, Syndic de la Commune de Crésuz, souligne que leur commune contribue pour plus de CHF 1'000.- par habitant de TS par année. Tenant compte des sommes versées, ils souhaitent vérifier les montants alloués au soutien des animations, car aucune rubrique ne mentionne clairement ce poste. CHF 120'000.- étaient prévus par année (soit 25% des produits de la TS). Il demande un détail de ces comptes et propose à l'Assemblée de refuser les comptes en l'absence de transparence.

NW précise que les montants distribués ont été validés par la commission stratégique. L'idée est d'être en ligne avec la Nouvelle Loi sur le Tourisme, le Concept Directeur Touristique et l'UFT afin de soutenir l'activité globale de la région. La TS doit être au bénéfice des événements locaux. CHF 122'500.- ont été distribués [nota ajouté y compris mandat de CHF 5'000.- pour le Marché de Noël à Bulle hors programme de subventionnement TS], selon les critères basés sur de nombreux indicateurs. LGT assure n'avoir rien à cacher et se dit prête à rediscuter avec chaque commune pour envisager d'éventuelles améliorations nécessaires.

Voici comme souhaité la liste des critères d'évaluation ainsi que la liste des événements subventionnés et la répartition annuelle.

M. Eric Barras souhaite intervenir en tant que Vice-Président de l'AT3C. En 2023, lors de la présentation du concept à l'ARG, une redistribution était annoncée juste et transparente de la taxe de séjour. 25% devait revenir au territoire, proportionnellement aux nuitées et aux excursions. Pour l'AT3C, cela devait représenter CHF 46'000.- par an. En 2024, l'AT3C a reçu CHF 27'000.-, soit 59% du montant promis. En 2025, à ce jour seulement CHF 14'000.- ont été promis, soit 30%. Et pourtant, nos projets sont là, réels et visibles, portés par des bénévoles et des associations engagées, par une économie locale qui joue le jeu. Prenons un seul exemple, notre concept d'animation estivale, six semaines d'activités gratuites au cœur de Charmey, pour CHF 65'000.- investis, ce qui correspond à 4 ct par visiteur attendu. Est-ce ça le soutien promis ? Ou encore l'exposition de Pâques, financée à hauteur de CHF 15'000.- par notre association, pour laquelle nous n'avons touché aucune subvention. Pour le tour de Romandie, événement de portée nationale, avec visibilité, nuitées, retombées locales, seulement CHF 1'000.- ont été attribués. Où va l'argent ? Apparemment pas là où il devrait. Ce système donne l'image d'une redistribution fautive, déséquilibrée et dans l'opacité la plus totale. Le règlement stipule que les décisions sont définitives, sans justification ni recours possible. Ce n'est pas un partenariat, ni une collaboration, c'est un système fermé dans lequel ceux qui investissent sur le terrain ne sont pas entendus. Alors oui, aujourd'hui nous tirons la sonnette d'alarme, parce que si rien ne change, nous allons perdre l'engagement des acteurs locaux, décourager ceux qui créent, innovent, accueillent et organisent. L'image d'une Gruyère unie autour de son activité touristique va être affaiblie. Nous ne sommes pas là pour diviser, mais rappeler ce qui nous avait été promis, et défendre une vision du tourisme local qui soit équitable, transparente et durable. Nous demandons que les règles soient respectées et que les sous-régions soient réellement considérées comme des partenaires. Si ce modèle veut perdurer, il doit être corrigé maintenant. Si nous voulons construire ensemble un tourisme fort et cohérent pour la Gruyère, alors cela commence par la confiance et la justice.

MF répond que les 25% promis ont bien été budgétés, mais que l'attribution des fonds dépend des formulaires de demandes soumis et évalués selon des critères précis. Sans demande, pas de financement.

Mme Géraldine Barras, Conseillère communale Pont-en-Ogoz, considère les chapitres trop succincts et demande plus de transparence. Du côté de la SD du Lac, CHF 25'000.- ont été promis, et seulement CHF 4'000.- ont été redistribués. Par exemple, pour le 1^{er} août à la Roche, aucune subvention n'a été versée. Des demandes devaient

aussi être acceptées pour la création et l'entretien des ouvrages touristiques. Les produits des taxes de séjour doivent être, selon la loi, redistribués. Elle relève un problème de dialogue et de transparence. L'attribution doit être revue en conformité avec la loi sur le tourisme. Malgré la demande faite par mail à Mme Flack, elle n'a pas obtenu le détail demandé quant à ces montants alloués.

Mme Sophie Moret souhaite une précision concernant les formulaires non-conformes de la part de Charmey.

NW reprend la parole, précisant qu'il y a une confusion entre les comptes et la répartition de la taxe. Les critères ont été validés par la commission stratégique. Ce qui a été voté par l'ARG c'est le CDT et une partie de la taxe qui est redistribuée. Le détail des bénéficiaires est un autre sujet. Les comptes sont indépendants de la répartition.

Les critères, élaborés par LGT pour garantir l'équité, seront joints à ce présent procès-verbal.

Les comptes sont rigoureusement tenus par Mme Genoud et contrôlés par un organe de révision, garantissant transparence et rigueur.

M. Eric Barras rappelle qu'il avait suggéré de revoir les critères.

NW indique que peu de demandes ont été reçues. La mission principale de LGT reste l'information, l'accueil et la promotion, et il doute que le TS puisse financer des infrastructures.

Mme Géraldine Barras rappelle que la loi sur le tourisme est assez large à ce sujet.

M. Christophe Renevey (UFT) confirme que les recettes des taxes de séjour doivent être redistribuées pour des événements à caractère touristique et pas pour les infrastructures.

Mme Sophie Moret précise qu'elle ne remet pas en cause la comptabilité, mais souligne que l'ARG avait présenté un modèle de redistribution. Charmey était en-dessous des attentes en 2024, et peine à comprendre la répartition pour 2025, notamment pour le Tour de Romandie. Elle suggère que la communication des critères aiderait à remplir correctement les formulaires.

NW ajoute que les demandes déposées ont été inférieures aux 25% prévus.

M. Philippe Baeriswyl s'interroge alors sur la raison pour laquelle le montant non attribué n'a pas été provisionné.

M. Bertrand Gaillard, Syndic de La Roche, relève qu'il n'y a pas de redistribution aux sociétés locales. Il rappelle qu'il était le seul à ne pas avoir validé le projet. Il propose de présenter un listing des projets subventionnés lors de la prochaine assemblée. Il reconnaît qu'une évolution est nécessaire, mais juge qu'un refus des comptes ne serait pas utile. Il invite les acteurs touristiques à accepter et que si, une année, les demandes sont supérieures, les montants attribués puissent être revus à la baisse.

- Rapport de l'organe de révision – NW en fait lecture

VOTE : 19 oui / 5 non / 2 absentions → Les comptes sont donc acceptés

6. Élection de l'organe de révision

Nomination de l'organe de révision – Proposition de prolongation avec la Fiduciaire Cuennet

Prolongation après bonne expérience

Meilleure offre selon 3 options analysée

Recommandation par le comité directeur

Pour 3 ans selon nos statuts

VOTE : 0 non / 2 absentions → La proposition de renouveler le mandat avec la Fiduciaire Cuennet est acceptée

7. Élection de nouveaux membres du comité directeur

Remerciements



Christophe Mauron
14 années dans le
comité directeur

Proposition élection



Serge Rossier
Directeur Musée Gruérien
Représentant Musées en Gruyère

M. Christophe Mauron est remercié pour toutes ces années au comité de LGT. Il remercie à son tour toutes et tous, et invite chacun à tirer à la même corde.

NW propose à l'Assemblée de voter la nomination de M. Serge Rossier comme remplaçant de M. Christophe Mauron.

VOTE : L'AG accepte cette proposition par applaudissements

Budget 2025

	Budget 2025		Comptes 2024		Budget 2024	
	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes
Marketing						
Participations campagnes FMC	147 724,00	73 862,00	147 726,00	73 863,00	147 724,00	73 862,00
Autres campagnes/partenariats	70 800,00	24 000,00	49 380,63	20 152,75	88 300,00	21 500,00
Marketing Digital	12 400,00	9 000,00	26 916,46	12 557,20	23 900,00	15 000,00
Promotions/salons/médias	56 000,00	50 000,00	13 559,34	1 691,13	13 000,00	
Imprimés	50 200,00	30 200,00	37 080,64	15 483,15	52 200,00	27 500,00
Total Marketing	337 124,00	187 062,00	274 663,07	123 747,23	325 124,00	137 862,00
Activités commerciales et forfaits						
Activités touristiques commercialisées	110 000,00	135 000,00	65 604,58	81 700,75	170 000,00	195 000,00
Forfaits individuels	63 000,00	107 000,00	113 283,40	115 715,50	134 200,00	140 000,00
Articles commercialisés	10 000,00	13 000,00			17 000,00	24 000,00
Total Activités commerciales et forfaits	183 000,00	255 000,00	178 887,98	197 416,25	321 200,00	359 000,00
Prestations en faveur des hôtes						
Accueil et Information (loyers OTs)	102 800,00	7 000,00	96 668,05	15 639,94	96 500,00	7 000,00
Animations & Manifestations	135 600,00	58 800,00	215 826,36	266 397,47		
Total Prestations en faveur des hôtes	238 400,00	65 800,00	312 494,41	282 037,41	96 500,00	7 000,00
Communication institutionnelle, fiduciaire						
Rapport annuel, Assemblée générale, comités	15 300,00		10 898,25		10 500,00	
Révision des comptes et fiduciaire	3 500,00		4 625,02		3 500,00	
Total Communication institutionnelle, fiduciaire	18 800,00	0,00	15 523,27	0,00	14 000,00	0,00

MKT : légère augmentation des charges & recettes

Activités commerciales & forfaits : mise à jour du budget en fonction des comptes 2024. LGT reste optimiste quant à la poursuite du succès de ses produits, tout en visant une amélioration du ratio grâce à l'analyse approfondie des produits et leur mise à jour.

Prestations en faveur des hôtes : mise à jour du budget des animations & manifestations qui sont organisées par LGT (auparavant dans le budget des SD).

Communication institutionnelle : stable

	Budget 2025		Comptes 2024		Budget 2024	
	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes
Autres charges d'exploitation						
Charges administratives	24 500,00		71 790,48	52 163,25	32 000,00	
Informatique	37 000,00		63 327,52		35 000,00	
Assurance	5 500,00		3 704,90		5 500,00	
Locaux (loyer, charges, électricité, entr.)	35 500,00		43 745,43		38 300,00	
Frais financiers et TVA	37 500,00		37 757,55		40 500,00	
Amortissements						
Total Autres charges d'exploitation	140 000,00	0,00	220 325,88	52 163,25	151 300,00	0,00
Personnel (avant répartition)						
Salaires, charges sociales	1 102 000,00		1 067 968,85		1 112 816,19	
Formation, recrutement, Frais RH	17 000,00		18 230,86		25 000,00	
Total Personnel (avant répartition)	1 119 000,00	0,00	1 086 199,71	0,00	1 137 816,19	0,00
Subventions, cotisations membres, TS						
Contribution communes		571 811,00		518 338,00		518 000,00
Communes Pôles		255 000,00		255 000,00		255 000,00
Autres contributions		246 000,00		142 252,08		251 000,00
Taxe de séjour	190 312,50	761 250,00	122 500,00	717 914,84	136 250,00	725 000,00
Total Subventions, cotisations membres, TS	190 312,50	1 834 061,00	122 500,00	1 633 504,92	136 250,00	1 749 000,00

Autres charges d'exploitation : légère diminution des charges adm. (photocopies, tél. & communication, fournitures de bureau)

Personnel : stabilité au niveau des charges de personnel

Subventions, cotisations, membres, TS : légère augmentation dans les autres contributions en vue des nouveaux mandats

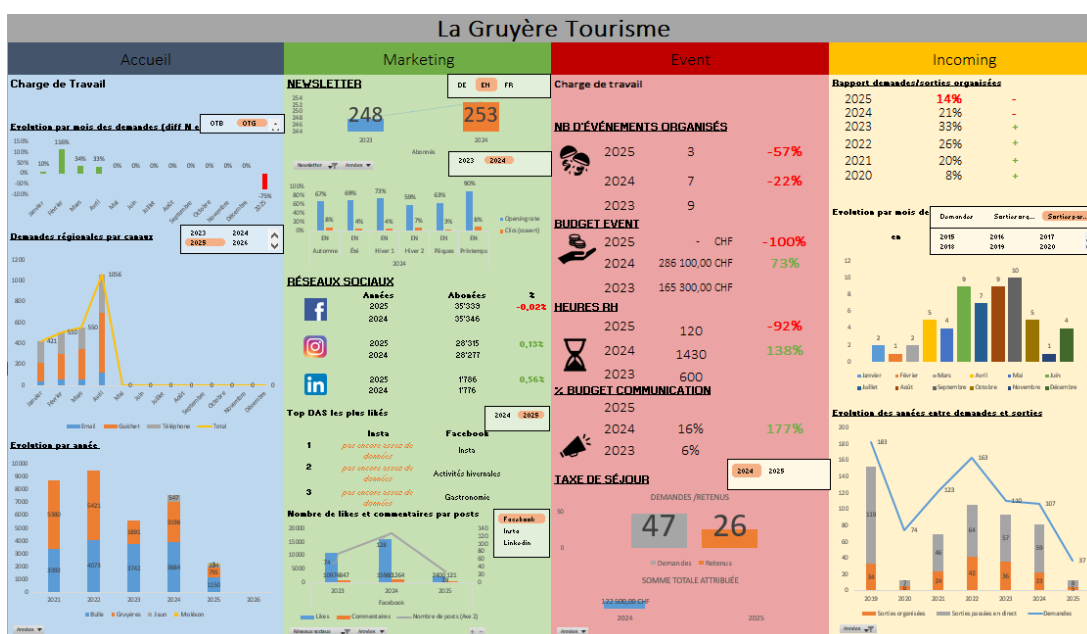
	Budget 2025		Comptes 2024		Budget 2024	
	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes	Dépenses	Recettes
Mandats de prestations						
Mandat Gratia SA - Moléson	110 000,00		97 132,30		100 000,00	
Mandat prestation Billetterie	60 000,00	60 000,00	95 253,49	121 680,72	77 800,00	64 000,00
Autres mandats			582,10	749,31		12 000,00
Total Mandats de prestations	170 000,00	60 000,00	192 967,89	122 430,03	177 800,00	76 000,00
Charges et produits extraordinaires						
Intérêts et produits divers						
Charges extraordinaires						
Total Charges et produits extraordinaires			0,00	0,00		
Bénéfice		5 286,50		7 736,88		-31 128,19
TOTAL GENERAL	2 396 636,50	2 401 923,00	2 403 562,21	2 411 299,09	2 359 990,19	2 328 862,00

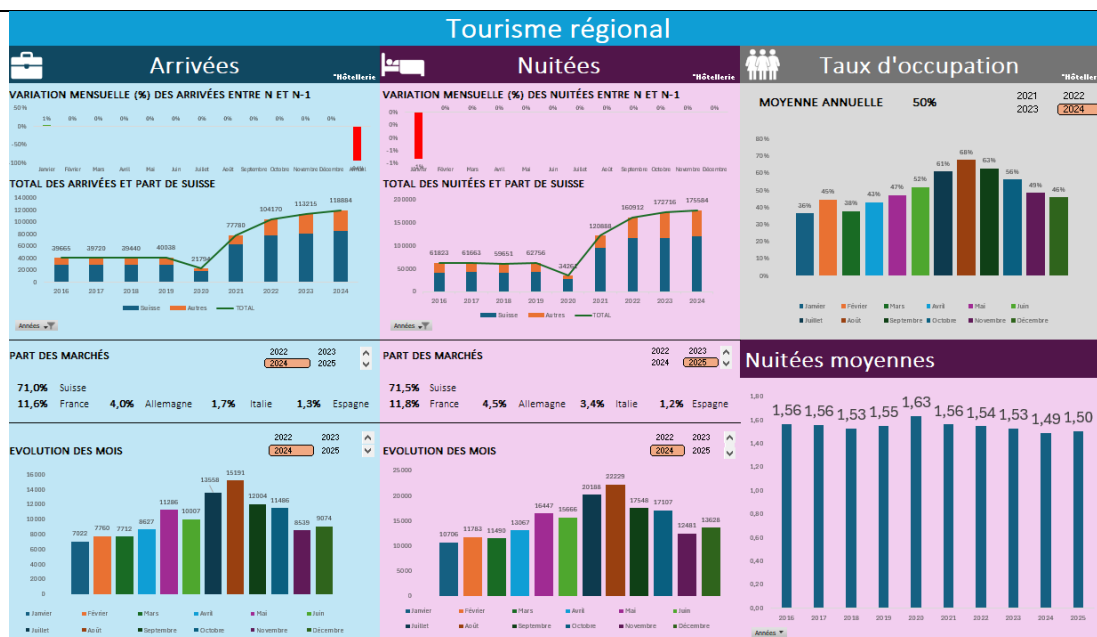
M. Eric Barras demande où se trouve la TS dans le budget ? MF lui répond que c'est dans les dépenses du poste « Taxe de séjour » dans le chapitre « Subventions, cotisations membres, TS ».

M. Philippe Baeriswyl propose d'avoir plus de clarté dans la présentation, au niveau des TS.

8. Programme d'activité

- Présence au Comptoir de la Singine
- Office du tourisme mobile - Objectif : aller à la rencontre des visiteurs sur leur lieu de séjour
- Projet : Cabines d'information touristique - Installées à des emplacements stratégiques, accessibles 24/7, avec des informations clés, connexion directe avec les Offices du Tourisme (*Un outil innovant pour rapprocher l'information du visiteur, là où il se trouve*)
- Mapp.la-gruyere.ch
- Les Frères Brigands : nouveau produit en approche ! Aventure et jeux de piste en pleine nature - Sortie prévue : fin septembre sur le thème de la Saison d'Alpage
- Après les 25 événements qui ont été soutenus en 2024, LGT continue le soutien aux événements à vocation touristique dans la région : LGT a reçu 46 demandes en ce début d'année 2025 avec 34 validations et elle se réjouit de voir les différents projets animer La Gruyère.





9. Divers

Mme Sylvie Droux fait vivre « Un pays de cœur » depuis **10 ans** avec énergie, engagement et bonne humeur – et l’aventure continue !

Mme Elisabeth Seydoux a fait rayonner « Un pays de cœur » avec passion et générosité – et c’est avec ce même cœur qu’on lui souhaite une retraite pleine de belles émotions. Elisabeth remercie LGT pour ces 22 ans de collaboration.

NW remercie l’assemblée et passe la parole aux divers intervenants.

Interventions :

M. Louis Risse, Président des Remontées mécaniques de La Berra « Vision La Berra 2030 »

M. Simon Kellenberger, Service de la Mobilité

M. Frédéric Perritaz, Fride Sàrl / Bike-In FR25 « Projet La Gruyère à Vélo & Fribourg Bike Friendly »

M. Curty prend la parole en soulignant que, comme partout, les discussions sont souvent animées, mais que l’essentiel est de parvenir à un accord. Il remercie chaleureusement LGT pour son dynamisme et félicite l’équipe pour son travail remarquable. Il adresse également ses remerciements à l’UFT pour l’invitation aux célébrations des 100 ans.

Il rappelle que La Gruyère représente 40 % du tourisme fribourgeois, alors que le canton de Fribourg ne représente que 5 % du tourisme suisse. Pour conserver sa place parmi les meilleures destinations touristiques, il est indispensable de travailler tous ensemble.

Enfin, il assure que l’Etat continuera de soutenir les projets structurants, comme celui de La Berra, ainsi que d’autres initiatives. « On ne change pas une équipe qui gagne, continuons ensemble ! », conclut-il.



NW remercie M. Curty et lève la séance à 19h39.

Nicolas Wyssmueller

Marta Flack

Pour le procès-verbal, Aline Genoud, le 11.06.2025