

R

www.romontregion.ch

Rapport d'activités

2015

Office du Tourisme
Romont et sa région

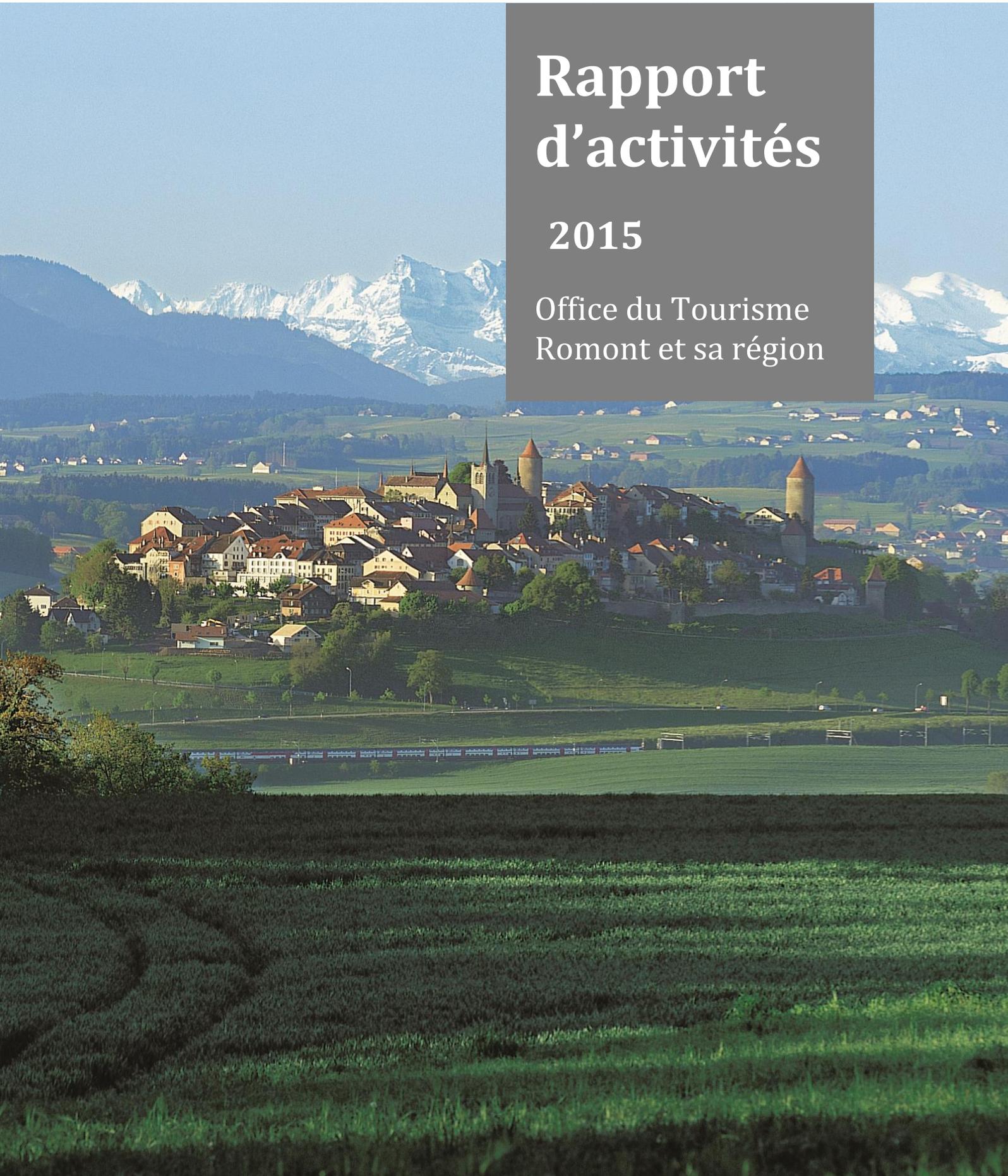


Table des matières

Introduction.....	3
Mot du président.....	3
1. Organisation et administration	3
La Société de Développement de Romont et sa région	3
L'Office du Tourisme de Romont et sa région.....	4
2. Bilan du tourisme en Glâne en 2015	5
Les principaux prestataires touristiques	5
L'hébergement et les taxes de séjour	6
3. Les activités de l'Office du Tourisme en 2015.....	7
Accueil et information.....	7
Marketing et promotion.....	9
Campagnes	9
Autre action de promotion.....	10
Web, newsletters et réseaux sociaux.....	10
Médias et annonces publicitaires.....	13
Supports de communication	13
Gestion et mise en valeur des produits touristiques	15
Visites guidées	15
Autres produits.....	16
Manifestations et animations	17
En collaboration.....	17
Propres animations	18
4. La stratégie 2025	19
Groupe de réflexion sur l'avenir et la structure de l'Office du Tourisme	19
Résultats des réflexions.....	20
Remerciements	21

Introduction

Ce rapport annuel débute avec un mot du nouveau président de la Société de Développement de Romont et sa région, Frédéric Rossier. S'ensuivent : un état des lieux de l'organisation interne de la Société de Développement et de l'Office du Tourisme, un bilan chiffré du tourisme en Glâne en 2015 (fréquentation de nos partenaires touristiques principaux et nuitées) ainsi qu'un aperçu des activités-phares de l'Office du tourisme en 2015. Un dernier chapitre développe les résultats la stratégie 2025 de l'Office du Tourisme, élaborée en 2014 et 2015 par un groupe de réflexions et retravaillée ensuite à l'interne.

Mot du président

« 2015 m'a permis d'apprendre la fonction et le travail d'un office du tourisme et surtout m'a permis de découvrir le professionnalisme et la motivation débordante des collaboratrices de l'office. Le travail d'analyse et de recherche présenté au printemps 2015 a été compris par les autorités glânoises et l'augmentation de leur soutien en est la preuve. La stratégie est définie, les budgets sont réalistes et réalisables et l'importance du tourisme en Glâne comprise par nos autorités. »

Pour mon premier mot de président de la société de développement, je tiens à associer le souvenir du premier président de la SDR soit M. Jean-Louis Blanc qui nous a quitté bien trop vite et qui a, durant de très nombreuses années, œuvré au développement de notre région. A tous ceux qui auront plaisir à découvrir ou redécouvrir le travail de l'Office du Tourisme de Romont et sa région en 2015, je souhaite une agréable lecture. »

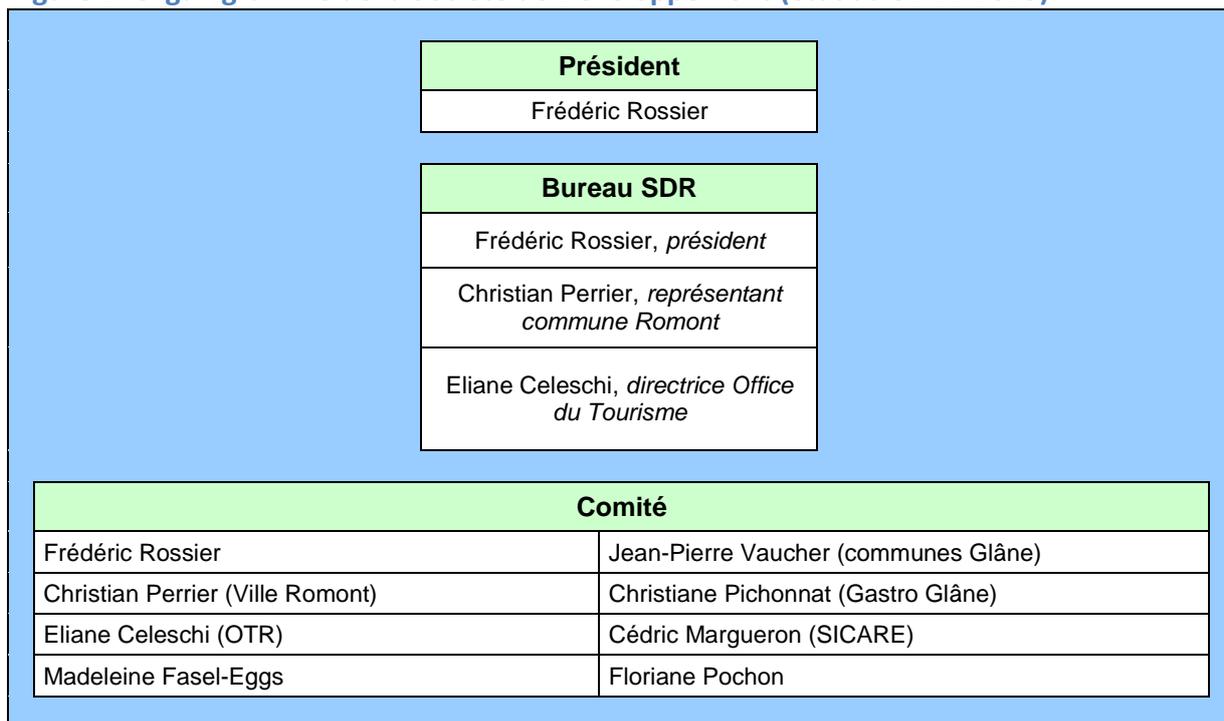
Frédéric Rossier – Président de la SDR

1. Organisation et administration

La Société de Développement de Romont et sa région

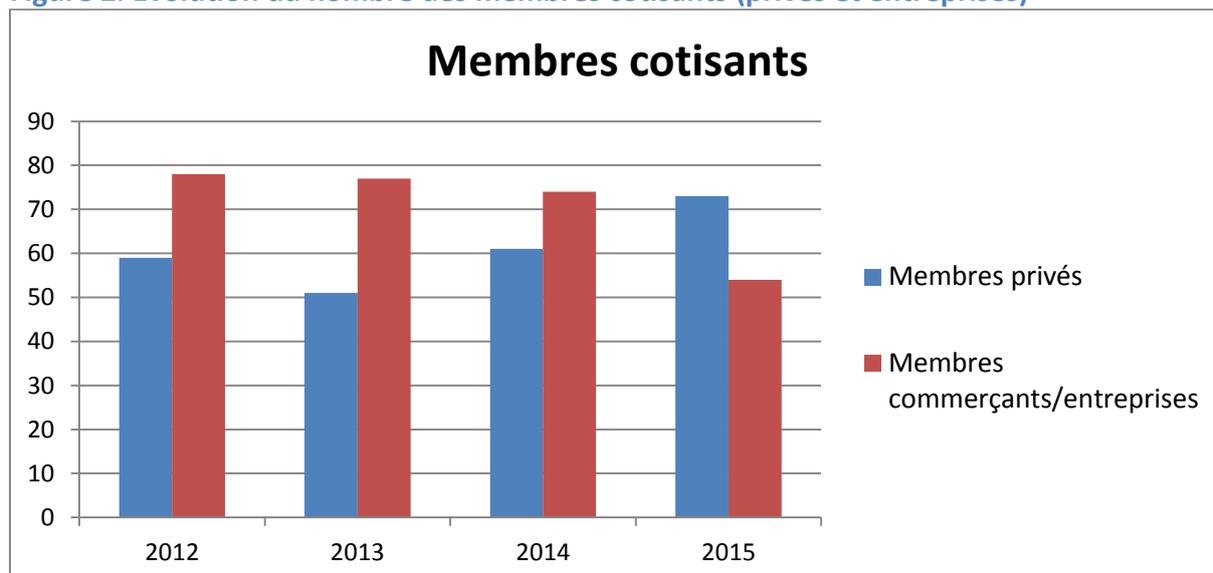
De nombreux changements sont intervenus au sein de la Société de Développement de Romont et sa région en 2015. Michel Graber, après de longues années d'activité au sein de la société en tant que membre du comité puis président, a cédé sa place. C'est Frédéric Rossier qui a repris la présidence depuis l'Assemblée générale du 20 mai 2015. Le comité a également été modifié avec le départ de deux membres de longue date, Gilbert Bourqui et Monique Girard, et le changement des représentants des communes glânoises (Michel Mauron remplacé par Jean-Pierre Vaucher), de la SICARE (François Helfer remplacé par Cédric Margueron) et de Gastro Glâne (Denis Glannaz remplacé par Christiane Pichonnat).

Figure 1. Organigramme de la Société de Développement (état au 31.12.2015)



En 2015, la Société de Développement compte 73 membres cotisants privés et 54 commerces et entreprises pour un revenu total de CHF 6'590.- ce qui correspond à diminution de CHF 1'190.- par rapport à 2014 ; cela malgré les efforts supplémentaires fournis pour trouver de nouveaux membres grâce à l'envoi d'un feuillet d'informations supplémentaire avec les cotisations. Les membres privés sont en augmentation, mais une vingtaine d'entreprises n'ont pas renouvelé leur cotisation 2015.

Figure 2. Evolution du nombre des membres cotisants (privés et entreprises)

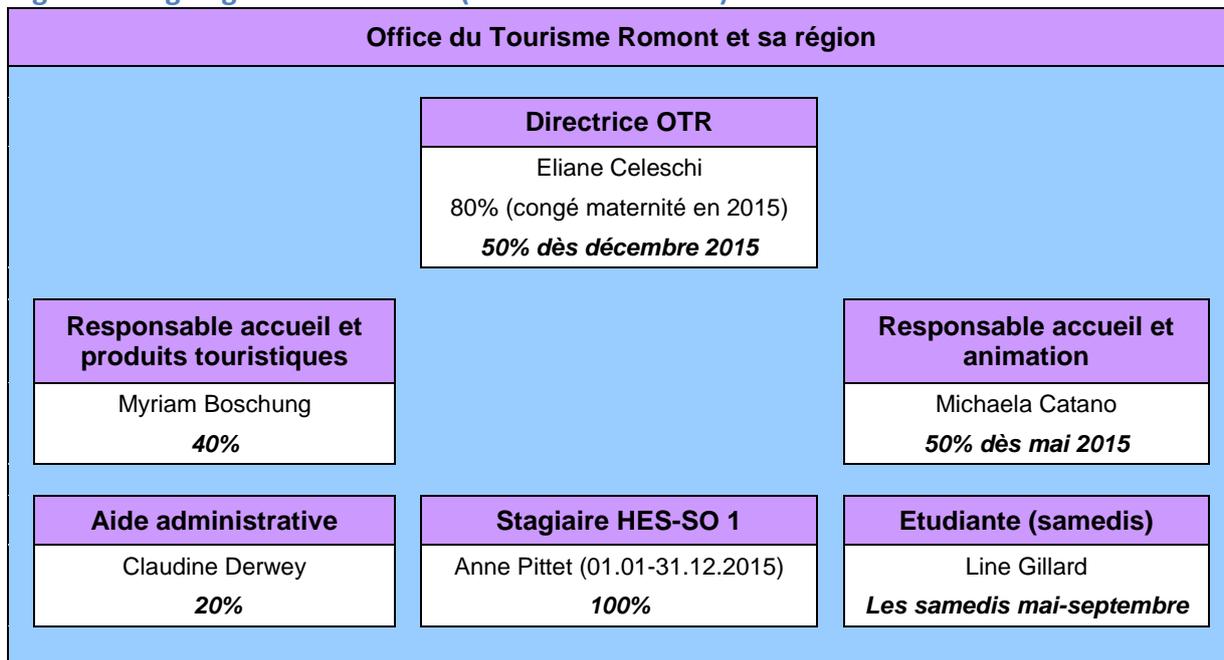


L'Office du Tourisme de Romont et sa région

En 2015, l'organigramme de l'Office du Tourisme de Romont et sa région a été revu pour une meilleure organisation et répartition des tâches. Grâce à l'engagement d'une nouvelle collaboratrice motivée dès le mois de mai, c'est dorénavant une équipe de 4 personnes à temps partie, d'une

stagiaire à temps plein et d'une étudiante ponctuellement qui travaillent ensemble pour le développement du tourisme glânois.

Figure 3. Organigramme de l'OTR (état au 31.12.2015)

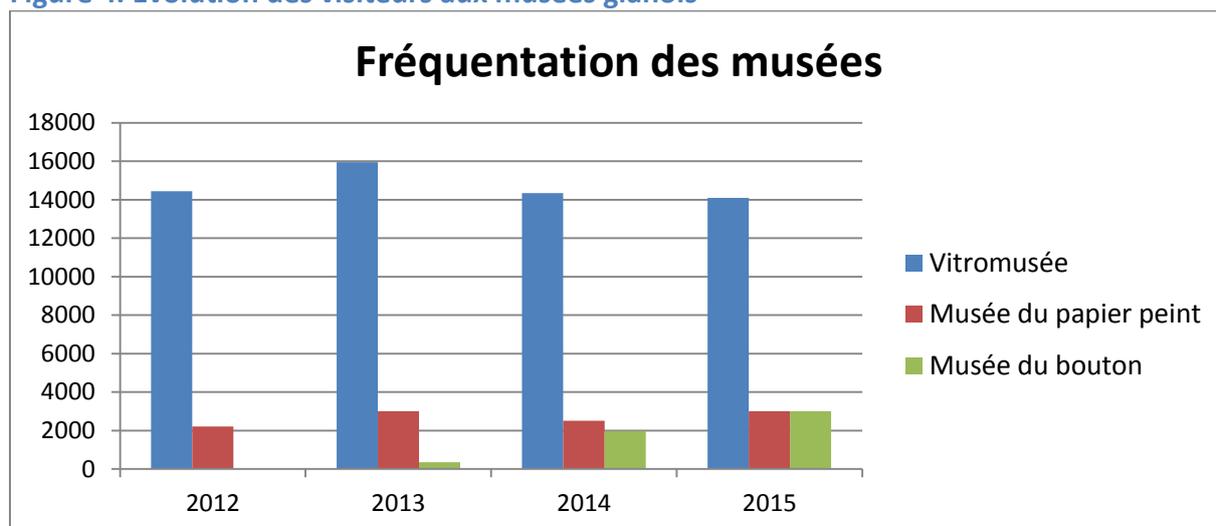


2. Bilan du tourisme en Glâne en 2015

Les principaux prestataires touristiques

Les musées glânois du verre et du vitrail, du papier peint et du bouton ont enregistré en 2015 respectivement 14'078, 3'000 et 3'000 visiteurs sur l'année.

Figure 4. Evolution des visiteurs aux musées glânois

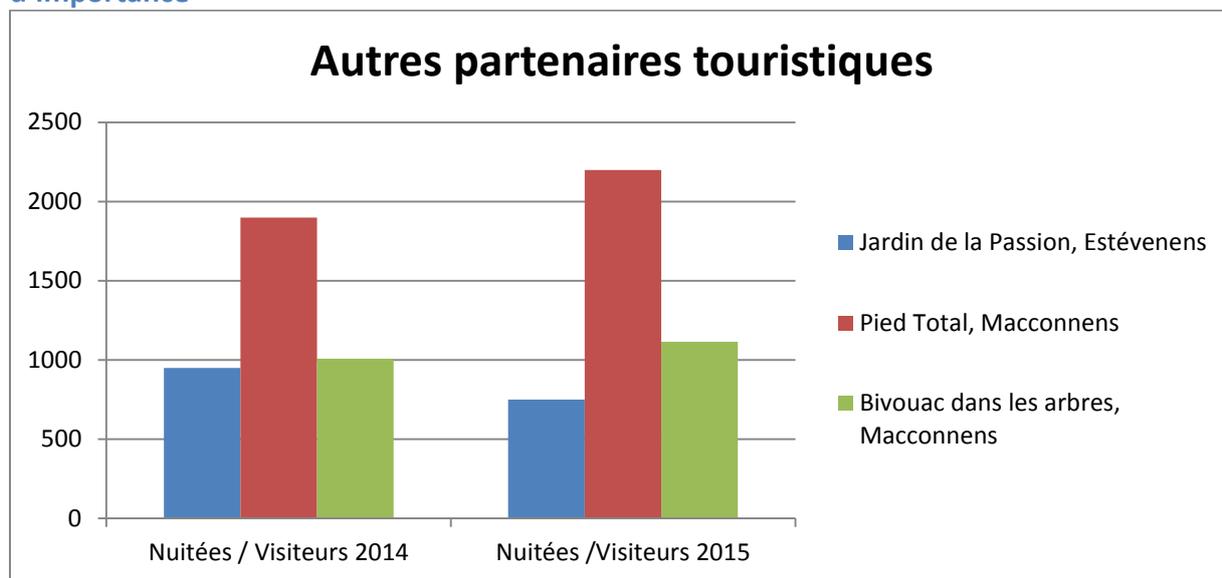


Remarque : A noter que les statistiques du Vitromusée incluent les visiteurs du Vitrofestival Romont (en 2013 et en 2015). Le Musée du papier peint est également bénéficiaire du Vitrofestival en 2013 (4000 à 5000 personnes présentes lors de la manifestation).

Les salles de spectacle du Bicubic et des Capucins ont également vécu une très belle année 2015, avec de nombreux spectacles et des spectateurs ravis des saisons culturelles.

Le graphique ci-dessous présente l'évolution de la fréquentation pour les autres prestataires touristiques principaux que sont le Bivouac dans les arbres et son parcours pieds nus à Macconnens et le Jardin de la Passion à Estévenens.

Figure 5. Evolution des visiteurs chez les autres prestataires touristiques glânois d'importance



L'hébergement et les taxes de séjour

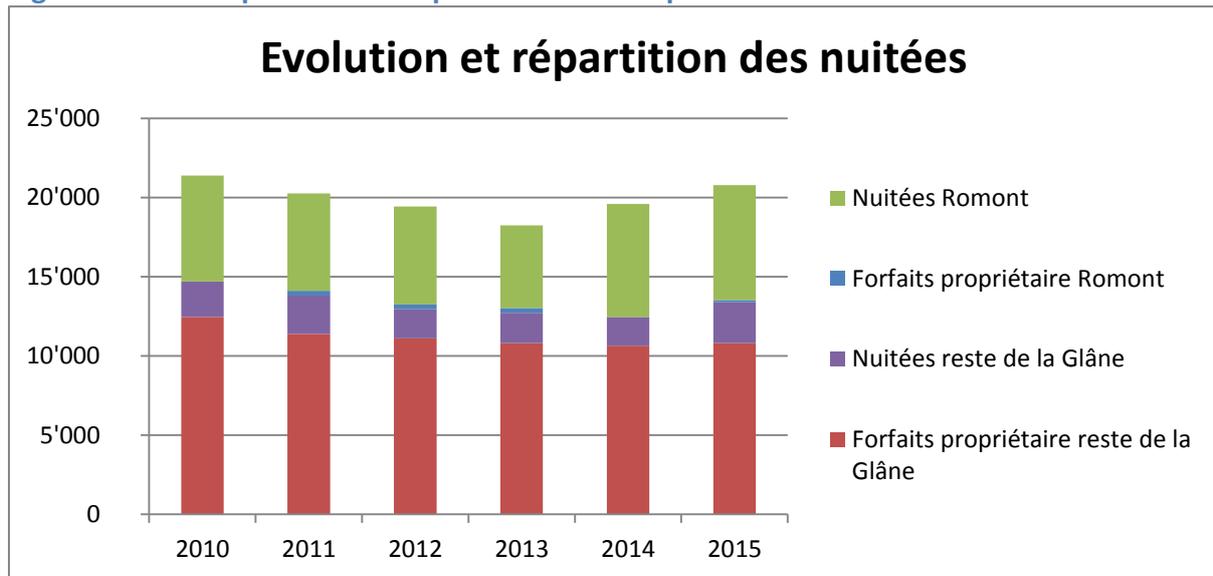
Le franc fort a joué un impact négatif sur les nuitées en Suisse de manière générale en 2015 (-0.85% sur les nuitées totales en Suisse). La destination Fribourg Région a connu un recul des nuitées plus important (3.82%), de la même manière que les régions touristiques du Valais, des Grisons, du Tessin et de la Suisse orientale. Romont et sa région tire toutefois son épingle du jeu avec une augmentation de 6%.

Tableau 1. Evolution des nuitées à Romont région, Fribourg Région et en Suisse 2013-2015

	Nuitées 2015	Nuitées 2014	Nuitées 2013	Evolution 14-15
Romont région	20'775	19'586	18'239	+6.07
Fribourg Région	451'868	469'806	473'397	-3.82
Suisse	35'628'476	35'933'512	35'623'883	-0.85

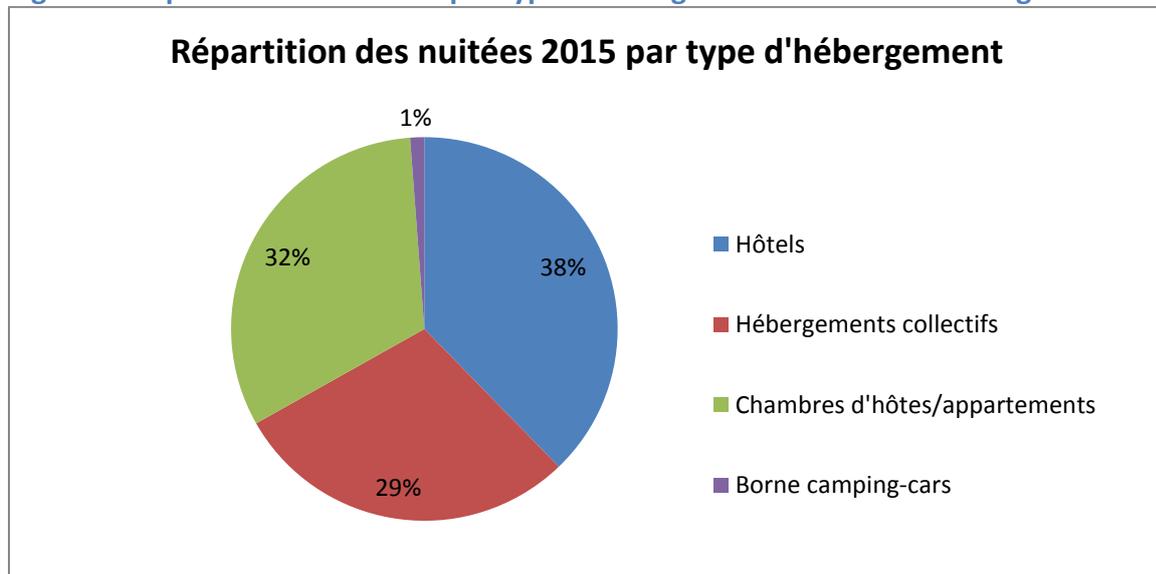
En 2015, 9825 nuitées effectives ont été comptabilisées dans les différents hébergements en Glâne, 73 propriétaires paient également un forfait pour des nuitées effectuées dans leur logement en Glâne (forfait pour 150 nuitées sur l'année). Le nombre total de nuitées s'élève donc à un peu plus de 20'700 nuitées pour 2015, soit une augmentation d'environ 6% (augmentation de 1100 nuitées). Ces nuitées se répartissent ainsi : 36% sur la commune de Romont (encaissement de la taxe de séjour locale et régionale) et 64% sur le reste de la Glâne (encaissement de la taxe de séjour régionale uniquement).

Figure 6. Nuitées par localité et par mode de comptabilisation en 2015



Le graphique ci-dessous montre que les nuitées effectives (sans les forfaits propriétaires) sont réparties presque à part égale entre les hôtels, les hébergements collectifs (dortoirs des abris PC, Drogens,...) et les chambres d'hôtes ou appartements de location. Les nuitées hôtelières sont en légère diminution par rapport à 2014 (-8%), alors que les chambres d'hôtes et les hébergements collectifs ont vu une belle augmentation (+30% et +20%).

Figure 7. Répartition des nuitées par type d'hébergement à Romont et sa région



3. Les activités de l'Office du Tourisme en 2015

Accueil et information

En 2015, plus de 1500 contacts ont été pris à l'Office du Tourisme pour obtenir des informations sur la région, organiser un séjour ou une excursion, ou pour réserver ou acheter un billet de spectacles. Les statistiques 2015 ne seront pas comparées à celles de 2014 car l'année 2014 avait été perturbée

par le changement du mode de comptabilisation et le passage à un système cantonal de statistiques en lien avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme.

Les ouvertures du samedi (22 samedis de mai à septembre : de 10h à 14h) ont permis de renseigner une septantaine de personnes sur les 22 samedis, que ce soit pour de la billetterie ou pour des renseignements touristiques. Le nombre de contacts moyen par samedi est moindre qu'en semaine, il s'avère toutefois très positif de pouvoir offrir des heures d'ouverture supplémentaires pour les visiteurs et les habitants de la région.

Figure 8. Répartition des contacts par mois

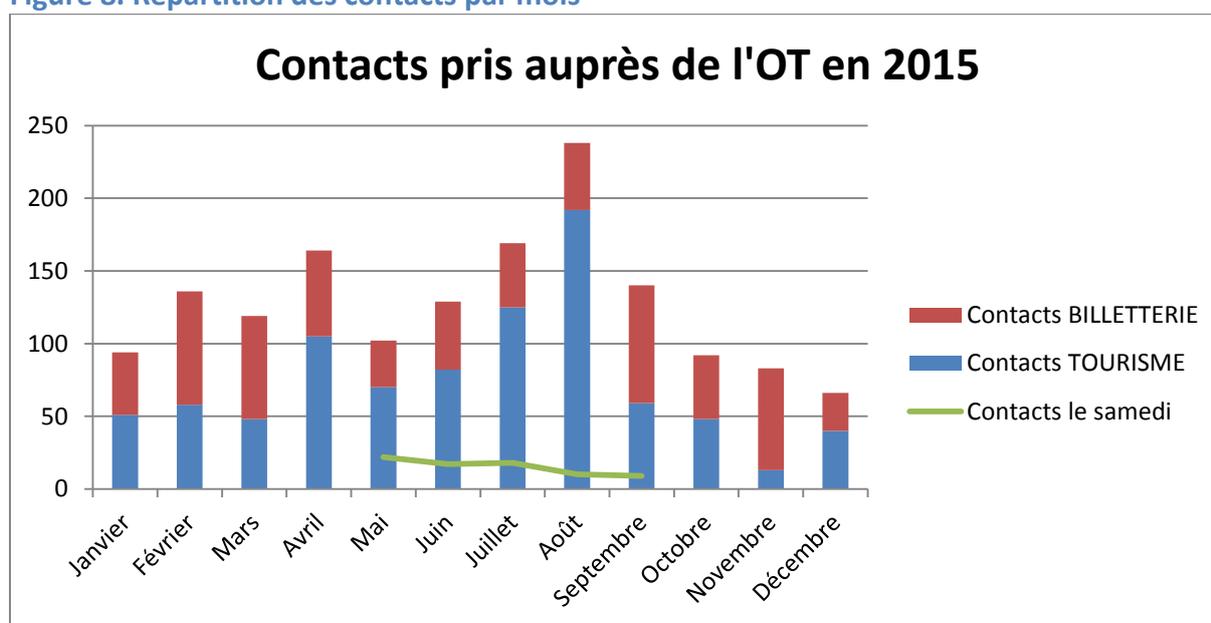
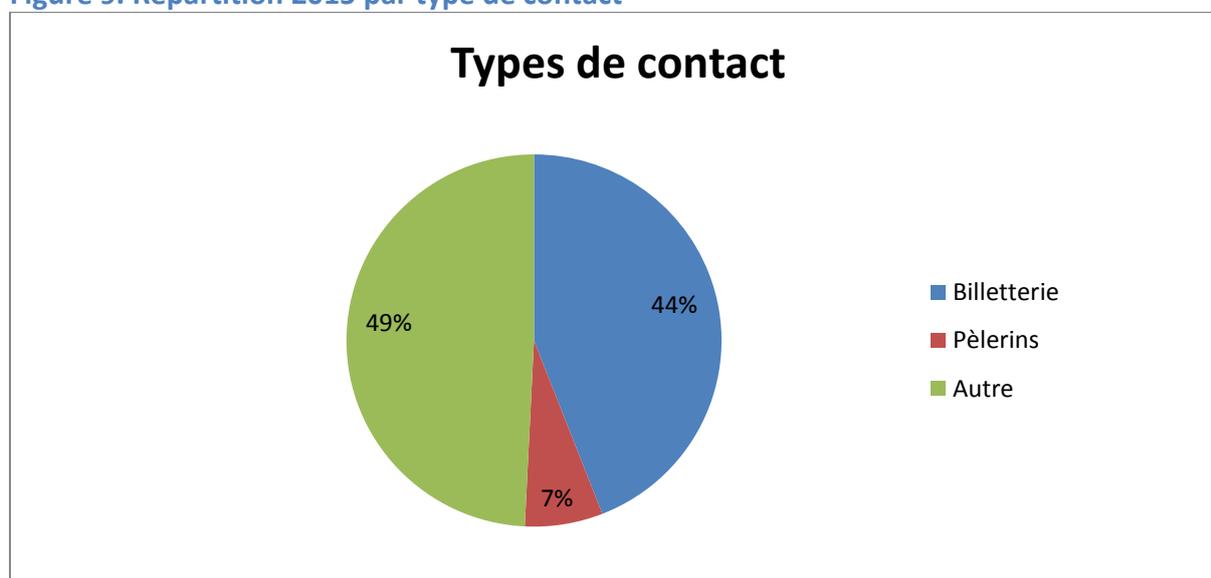


Figure 9. Répartition 2015 par type de contact



La part des contacts « billetterie » est toujours identique aux années précédentes, environ 40%. Quant aux pèlerins, ils ont été 109 à solliciter l'Office du Tourisme en 2015.

Le tableau et le graphique ci-dessous présentent la provenance des personnes ayant pris contact avec l'Office du Tourisme en 2015 pour un motif touristique (provenance connue pour 710 personnes sur 891) ; soit en supprimant les habitants de la région qui viennent pour la billetterie.

Figure 10. Provenance des contacts pris à l'Office du Tourisme pour motifs touristiques

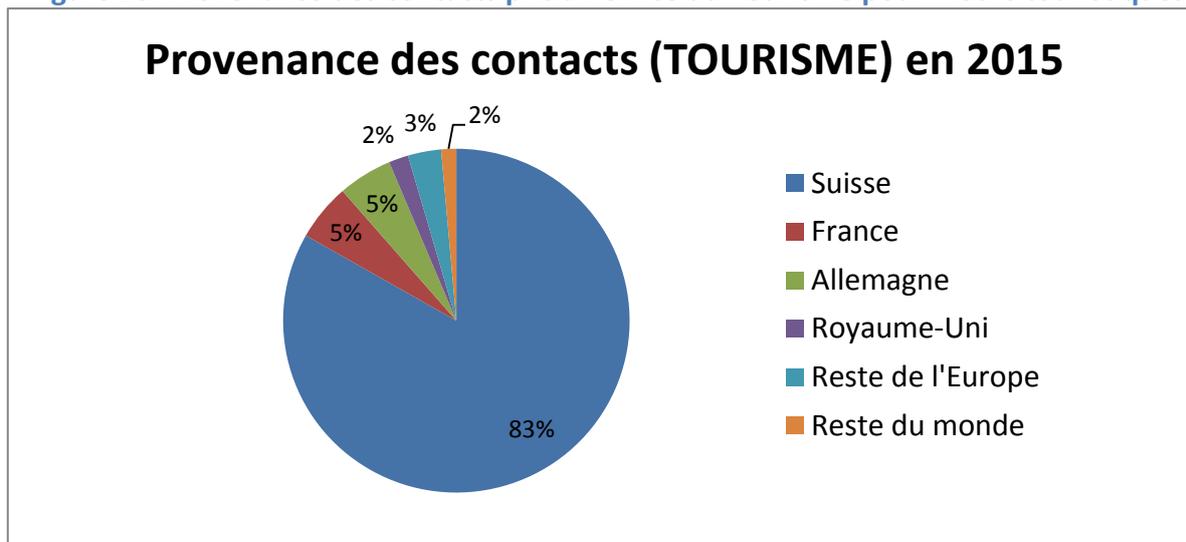


Figure 11. Provenance des visiteurs et appels touristiques (SUISSE)

Provenance des visiteurs suisses		
Glâne	184	45%
Fribourg (autres districts)	93	23%
Romandie	88	21%
Suisse allemande	48	12%
TOTAL (connu)	413	100%

Marketing et promotion

CAMPAGNES

En 2015, dans le cadre du fonds de marketing coordonné de Fribourg Région et en collaboration avec Suisse Tourisme, l'Office du Tourisme de Romont et sa région a participé à nouveau à deux campagnes de promotion : la **campagne Suisse** de Fribourg Région qui avait comme en 2014 pour principal objectif la mise en avant des forfaits des destinations et la **campagne Swiss Cities**, avec la ville de Fribourg. Cela représente un investissement de plus de CHF 43'000.-, mais grâce à la participation du Fonds de marketing touristique coordonné, le solde à charge de l'Office du Tourisme n'était que de CHF 15'300.-.

Campagne Swiss Cities (Suisse Tourisme): Budget global CHF 27'500.-

- Marchés principaux : Allemagne, Italie, Royaume-Uni, France, etc.
- E-Brochures
- Campagne Facebook
- Etc.

Campagne suisse (Fribourg Région): Budget global CHF 343'000.-

- Newsletters à plus de 25'000 contacts
- Brochure « 8 escapades » et site internet mettant en avant les offres forfaitaires des destinations
- Mini-site internet (15'500 visites) et campagnes en ligne (facebook, etc.)
- Spots TV sur la RTS et la SF1
- Encarts dans l'illustré, Schweizer Landliebe, etc.

Figure 12. Visuel de la page de Romont région dans la brochure "8 Escapades à Fribourg Région"

5

Et la lumière se fit couleurs

Romont, une citadelle du Moyen-Âge et un belvédère. La ville fut fondée en 1240 par Pierre II de Savoie, comme s'il avait voulu garder un œil sur ses montagnes.



Comment transformer un château en cathédrale : depuis 1981, le château abrite le Vitromusée, le Musée Suisse du Vitrail et des Arts du verre contemporain, une collection unique au monde. Ne cherchez plus : la « Ville lumière », c'est Romont.

Inclus dans l'offre « Capitale du vitrail »

- Logement et petit-déjeuner en hôtel standard
- Entrée au Vitromusée Romont, le Musée Suisse du Vitrail et des Arts du verre contemporain
- Entrée au Musée du papier peint de Mézières FR
- Boîte de chocolats souvenirs de Romont

1 nuit, CHF 89.-/personne
(Valable toute l'année)

Au pied total, on marche pieds nus sur un sentier interdit aux chaussures.

ROMONT

CAPITALE DU VITRAIL



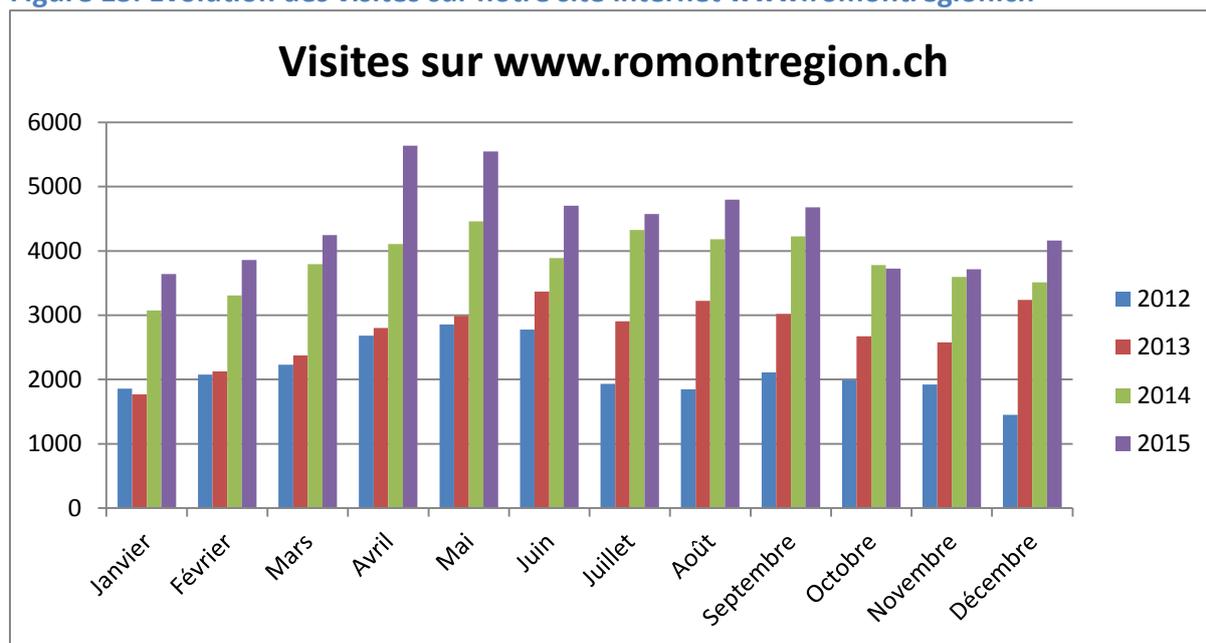
AUTRE ACTION DE PROMOTION

En collaboration avec le Vitromusée Romont, l'Office du Tourisme est membre de l'organisation **Léman Sans Frontières**, qui offre une plate-forme de promotion pour sa quarantaine de membres (musées, activités de la région du Léman, côté Suisse et côté France) par le biais de son site internet, d'une brochure et de diverses actions de promotion.

WEB, NEWSLETTERS ET RÉSEAUX SOCIAUX

Le **site internet** de l'Office du Tourisme www.romontregion.ch est un élément-clé de la promotion de notre région. Son contenu est repris automatiquement sur la plateforme cantonale www.fribourgregion.ch. Constamment mis à jour, il bénéficie d'une très bonne visibilité, avec en 2015 plus de 53'000 visites, contre 46'000 en 2014, ce qui représente une augmentation de près de 16%. Près de 82% des visites sont d'origine suisse (à noter qu'en 2015, nous avons eu une majorité de visiteurs vaudois et zurichoïses, alors qu'en 2014 c'étaient les visiteurs fribourgeois qui étaient en plus grand nombre). Quant aux 18% de visiteurs étrangers, ils sont répartis comme suit : 4% sont français, 2% sont allemands, 2% américains et 12% proviennent du reste de l'Europe et du monde.

Figure 13. Evolution des visites sur notre site internet www.romontregion.ch



Les 10 pages les plus visitées du site internet www.romontregion.ch (après la page d'accueil) sont les suivantes :

1. Restaurants (5195 visites)
2. Calendrier des manifestations (5181 visites)
3. Hôtels et auberges (3234)
4. Manifestations principales (3196 visites)
5. Randonnées pédestres (2896 + page St-Jacques 333)
6. VTT (2787 visites)
7. Chambres d'hôtes (2334 visites)
8. Office du Tourisme/contact (1854)
9. Excursions et curiosités (1254 visites)
10. Musées et galeries (863 visites)

En 2015, 4 **newsletters** promotionnelles ont été envoyées par l'Office du Tourisme de Romont et sa région. Grâce à un concours organisé en lien avec l'Union fribourgeoise du tourisme, plus de 3'000 adresses supplémentaires ont pu être glanées et ajoutées à notre liste d'adresses existantes. Ainsi, ce sont maintenant plus de 4'300 personnes qui reçoivent notre newsletter. En général, environ 40% d'entre elles sont ouvertes générant plusieurs centaines de clics et de visites sur notre site internet.

Une newsletter axée sur les sorties en groupes a également été envoyée à près de 1'000 adresses (autocaristes, paroisses et communes pour leurs sorties annuelles). Le ratio d'ouverture de cette newsletter « groupes » est malheureusement un peu inférieur aux autres newsletters, avec un peu moins de 30% d'ouvertures, mais génère toutefois quelques dizaines de clics.

L'Office du Tourisme a également été très actif sur les **réseaux sociaux** en 2015, avec des posts quotidiens sur les différentes plateformes, notamment grâce à l'aide précieuse apportée par notre stagiaire de la Haute Ecole de Gestion et de Tourisme. Engagée à temps plein, elle a pu s'investir dans les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et Instagram afin de faire vivre les pages de Romont région et d'améliorer notre visibilité sur ces plateformes.

En publiant des vidéos, des photos ou des messages sur **Facebook**, nous touchons directement les personnes qui aiment notre région. Certains posts ont atteint plus de 6'000 personnes (vues), et ont généré de nombreux « j'aime » et commentaires. Les photos de Romont ont toujours beaucoup de succès.

Ainsi, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2015 ce sont près de 215 nouveaux fans qui ont cliqué sur « J'aime » et qui suivent désormais notre page Facebook, pour un total de 1064 fans.

Figure 14. Evolution des fans de notre page Facebook en 2015

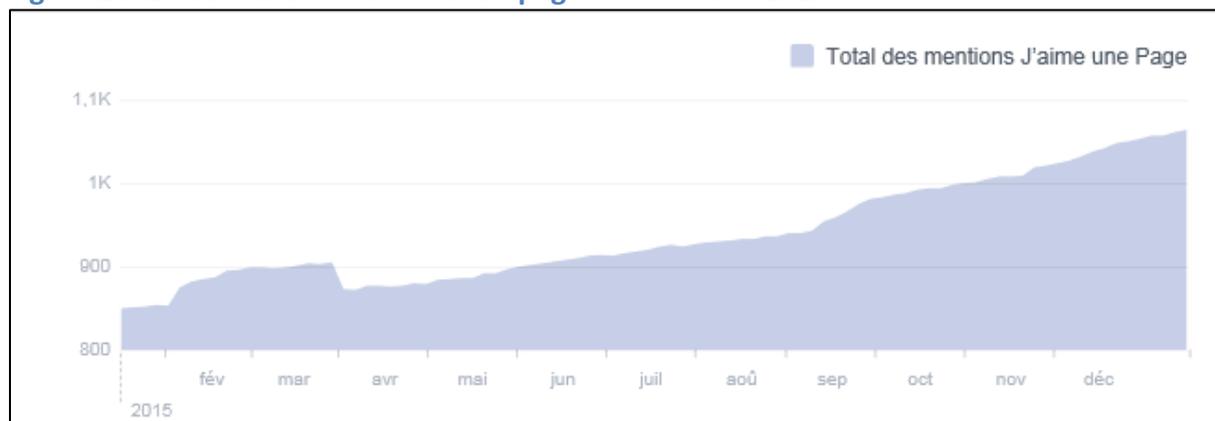


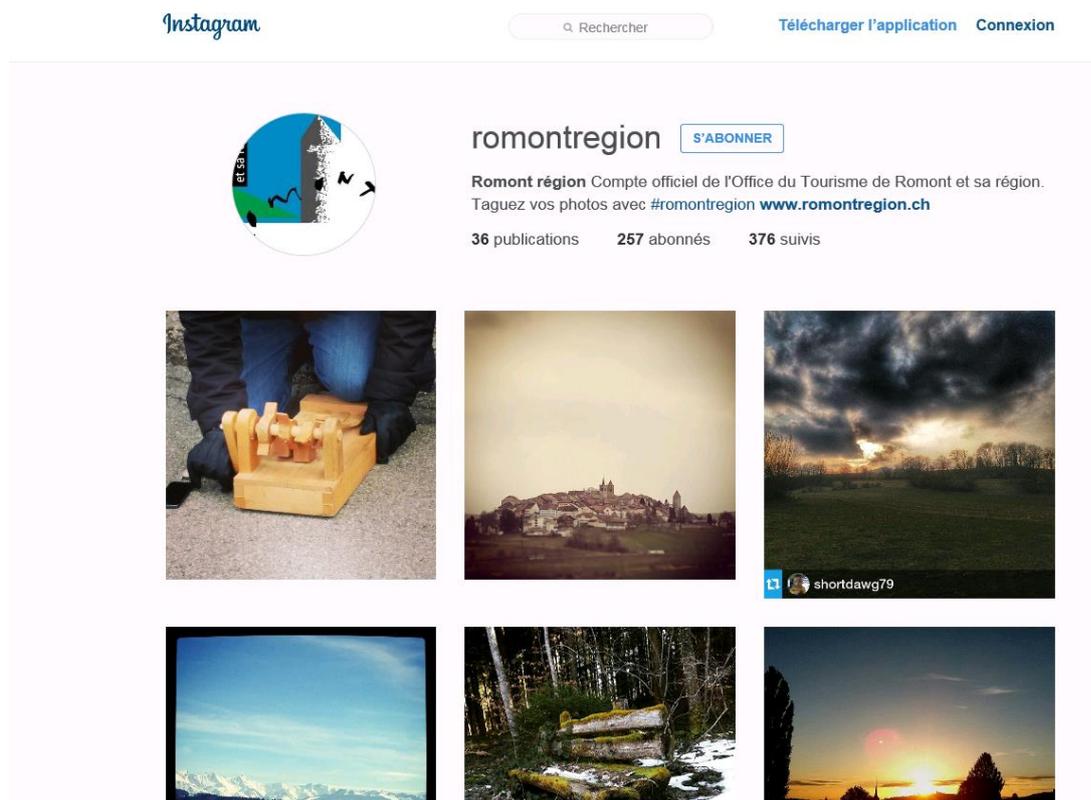
Tableau 2. Chiffres-clés des réseaux sociaux de Romont région en 2014

	Nombre de fans/abonnés 2015	Nombre de fans/abonnés 2014	Nombre de fans/abonnés 2013
Facebook	1064 fans	850 fans	575 fans
Twitter	391 abonnés	282 abonnés	180 abonnés
Instagram	257 abonnés	(compte ouvert en septembre 2014)	

Sur **Twitter** aussi, l'Office du Tourisme attire chaque année de nouveaux abonnés, atteignant en 2015 391 abonnés.

Les publications de photos ou les partages de photos d'autres utilisateurs sur **Instagram** sont également un succès : avec 257 abonnés depuis la création du compte en septembre 2014.

Figure 15. Compte Romont Région sur Instagram



MÉDIAS ET ANNONCES PUBLICITAIRES

Grâce à l'envoi régulier de communiqués de presse et d'agendas des manifestations à la presse, les activités et les évènements glânois ont reçu un bel écho médiatique dans la presse et les médias: notamment les expositions temporaires du Vitromusée, les animations estivales à la Tour du Sauvage ou encore le Vitrofestival qui a pour la première fois reçu la visite de la RTS pour le journal du 11h45.

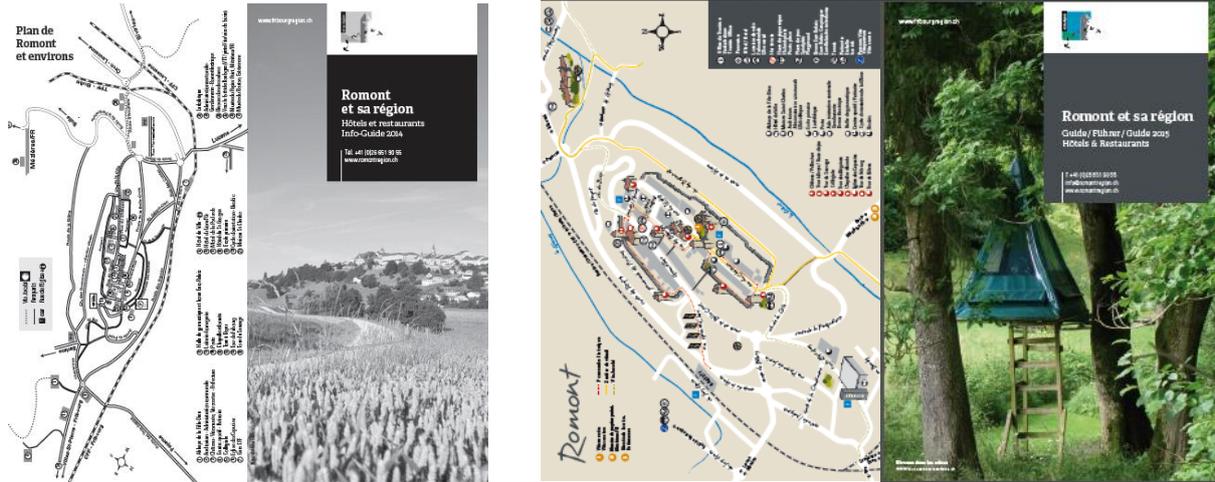
Des annonces publicitaires ont également été placées dans divers supports médiatiques (journaux et radio), pour nos manifestations principales (Vitrofestival, Tour du Sauvage, etc.), mais également pour nos offres forfaitaires (magazines d'excursions pour les groupes : Bus Jahrbuch et Auf Reisen).

SUPPORTS DE COMMUNICATION

Un vent nouveau a soufflé sur les brochures de Romont et sa région en 2015 : le format et le graphisme de l'Info-Guide (guide des hôtels et restaurants) a été revu, et une toute nouvelle brochure pour les visiteurs a vu le jour ! De plus, comme à son habitude, l'Office du Tourisme a remis à jour sa liste des hébergements pour pèlerins et des propositions de menus et apéritifs pour les groupes.

Guide des hôtels et restaurants : nos partenaires actifs dans la restauration et l'hébergement en Glâne sont dorénavant présentés dans une brochure attractive en couleurs, au format A5.

Figure 16. Couvertures et dos de l'Infoguide 2014 et de la nouvelle version 2015

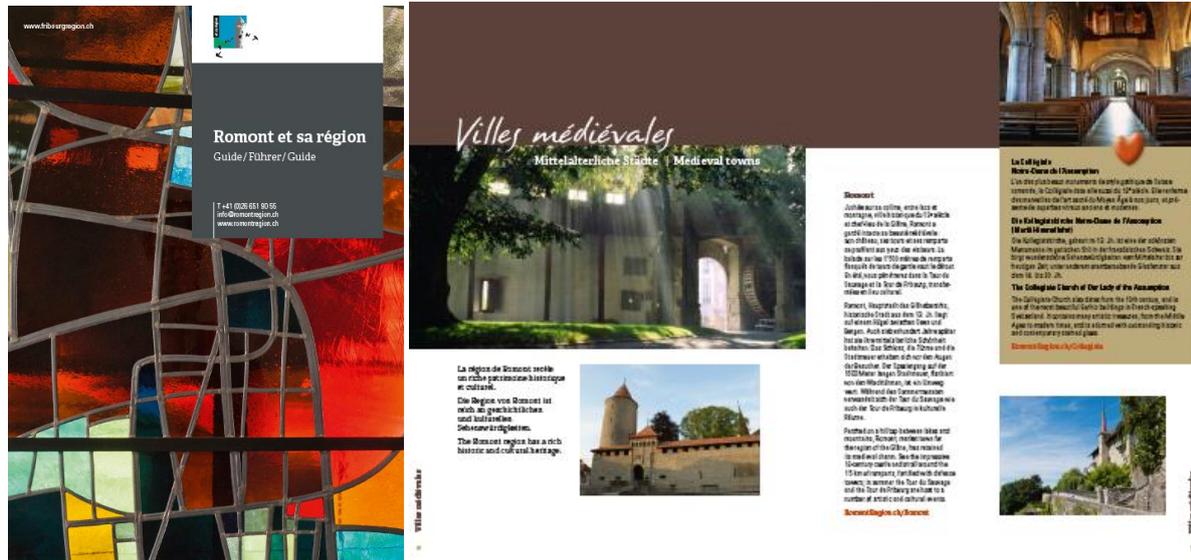


Nouvelle brochure pour les visiteurs : document d'accueil et de promotion

Depuis 2013, l'équipe de l'Office du Tourisme a travaillé sans relâche pour créer de toutes pièces une nouvelle brochure d'informations et de promotion des activités de notre région. Le résultat final a été obtenu en mai 2015 avec une très jolie brochure au format A5 en 3 langues (français, allemand, anglais) présentant les divers atouts touristiques de la région agrémentés de photos. Les informations sont regroupées en 9 rubriques principales : Pays du vitrail, villes médiévales, musées, rendez-vous culturels, balades (à pied et à vélo), traditions, nature, en familles et en groupes.

Deux plans ont été réalisés par notre graphiste pour ce projet : un plan de la ville de Romont avec pictogrammes et visuels des monuments et un plan de toute la région. Ce projet a nécessité un budget global de plus de CHF 17'000.- (frais effectifs, n'incluant pas les heures de travail). Cette plaquette a été tirée à 12'000 exemplaires et distribuée largement.

Figure 17. Nouvelle brochure promotionnelle de Romont et sa région



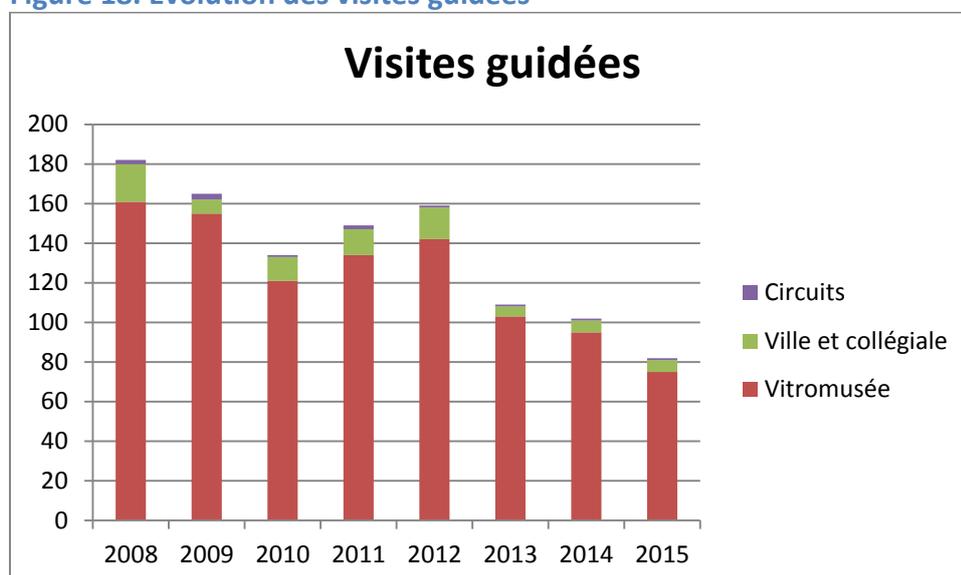
Gestion et mise en valeur des produits touristiques

Nous ne reviendrons pas ici sur la gestion habituelle des produits touristiques que sont les réseaux de randonnée (pédestre, sentier vitrail), ni de notre collaboration avec la Route du Cœur. Notons toutefois que du côté cyclable un changement est intervenu à Romont. La borne PubliBike de location de vélos (dont vélos électriques) qui se trouvait devant l'Office du Tourisme a été déplacée en gare de Romont, plus près de l'arrivée des visiteurs en transports publics.

VISITES GUIDÉES

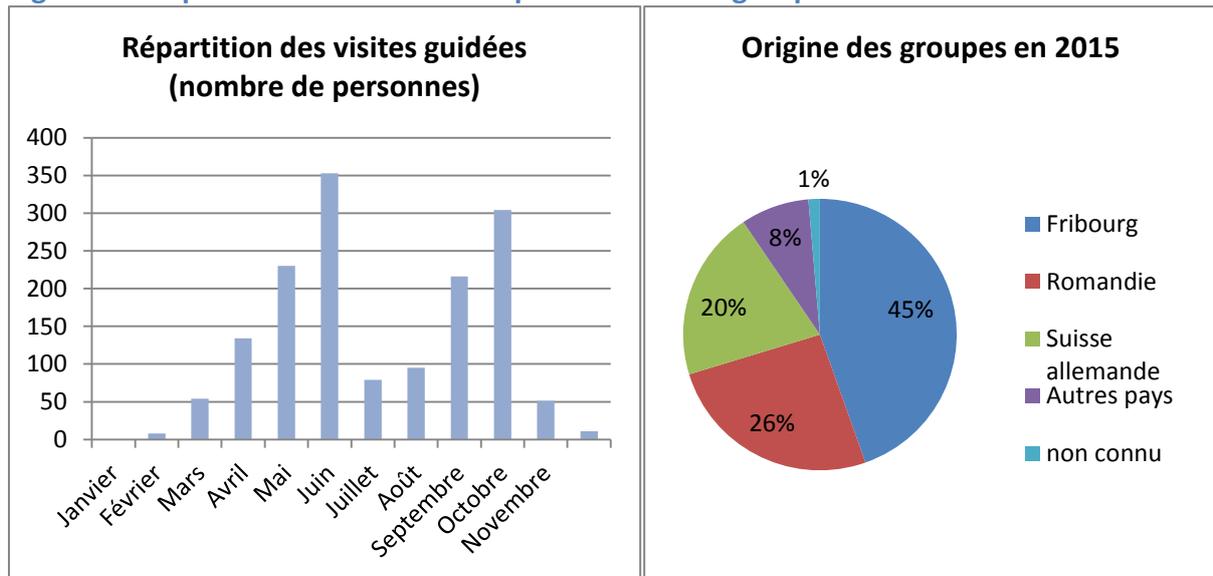
En 2015, 1535 personnes ont profité d'une ou plusieurs visites guidées à Romont, soit 75 groupes (sans compter les visites guidées publiques proposées gratuitement chaque dernier dimanche du mois). Cela représente une diminution de 6 groupes par rapport à 2014. Nos guides ont commenté des visites du Vitromusée (1h, 1h30 ou 2h30), de la ville (1h ou 1h30), de la collégiale (30 minutes) ou un circuit des vitraux accompagné d'une guide (après-midi complet). Ces visites guidées sont malheureusement en constante diminution depuis 2013. Un effort supplémentaire de communication et de valorisation de ces produits sera fait.

Figure 18. Evolution des visites guidées



On remarque toujours un pic des visites guidées entre mai et juin et entre septembre et octobre. La part des groupes étrangers a augmenté par rapport à l'année 2014, avec en 2015 6 groupes venant de France et d'Allemagne contre un seul en 2014.

Figure 19. Répartition des visiteurs et provenance des groupes en 2015



AUTRES PRODUITS

Cette année, le **Bus Découvertes** proposant des circuits en rétro-bus pour découvrir notre région a été quelque peu modifié. Un nouveau circuit a été concocté sur le thème « Histoires et Châteaux » et une guide en habits d'époque a présenté l'histoire de notre région aux visiteurs à bord du bus. Une légende a également été contée dans la cour du château de Romont. Cette boucle proposait 7 arrêts : Moudon, Lucens, Romont gare, Romont château, Mézières FR, Oron et Rue. Une trentaine de personnes ont profité de cette offre en 2015 lors de deux samedis. C'est malheureusement bien trop peu pour couvrir les investissements des 3 destinations pour ce projet. Un effort de communication supplémentaire sera fait en 2016 et selon le bilan de cette nouvelle année, le projet sera revu voire abandonné en tant que tel et transformé en produit touristique pour les groupes, sur réservation.

Figure 20. Affiche et photo du Bus Découvertes devant le château de Romont



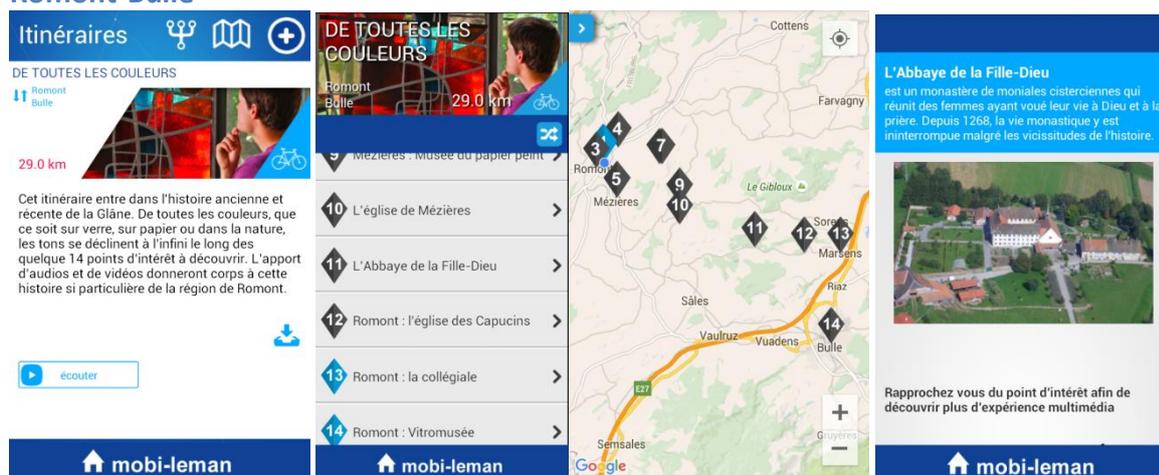
Patrimoine sacré : le bilan de la première phase de ce projet de valorisation du patrimoine sacré sur le canton de Fribourg initié par la RGV et l'Office du Tourisme de Romont sera présenté en 2016.

Mobi-leman. expériences multimédias entre Romont et Bulle

Nous vous parlions dans le dernier rapport annuel du projet d'itinérance à mobilité douce « mobi-leman », en collaboration avec Léman Sans Frontières et l'Union Fribourgeoise du Tourisme. Ce projet a pu être concrétisé en 2015 grâce à l'ajout de l'itinéraire reliant Romont à Bulle en vélos électrique et portant le titre « De toutes les couleurs ».

L'application est téléchargeable gratuitement et contient une dizaine d'itinéraires. Celui de Romont présente les points d'intérêts suivants : le Vitromusée, la Collégiale et ses vitraux, l'église des Capucins et ses peintures murales, l'Abbaye de la Fille-Dieu et les vitraux de son église, les vitraux de l'église de Mézières, le Musée du papier peint, la chapelle Notre-Dame de l'Épine à Berles, le château de Berles, l'église de Grangettes, le Jardin de la Passion à Estévenens, l'étang des Bugnons à Romanens, la chapelle de Marsens et le musée gruyérien à Bulle. Le principe : à vélo électrique ou en voiture, on se rend aux différents points d'intérêts. Lorsqu'on s'en rapproche suffisamment (quelques centaines de mètres), on a la possibilité de découvrir les expériences multimédias sur l'application (vidéos, audios, photos). On y verra par exemple une vidéo d'une sœur cistercienne de la Fille-Dieu nous présenter l'église de l'abbatiale et ses vitraux.

Figure 21. Reflets de l'application mobi-leman et du circuit "De toutes les couleurs" Romont-Bulle



Manifestations et animations

Voici un petit résumé des manifestations principales dans lesquelles l'Office du Tourisme a été impliqué en 2015 (gestion de la promotion, mandat administratif, etc.) :

EN COLLABORATION

Exposition « Les voies de communication présentées par les élèves de 7H de Romont » à la Tour de Fribourg. Les élèves de 7H de l'école de Romont, sous la houlette de leur professeur stagiaire Noélie Perrin et de l'archiviste de la ville de Romont Florian Defferrard, ont présenté durant la belle saison leurs travaux sur les voies de communication en Suisse Romande et sur certains aspects de l'histoire romontoise dans la Tour de Fribourg.

Vitrofestival Romont les 19-20 avril 2015: Les efforts de l'Office du Tourisme et de tout le comité d'organisation ont été récompensés par un magnifique succès ! Près de 5'000 personnes ont fait le déplacement, des dizaines d'artistes et artisans suisses et étrangers ont présenté leurs œuvres au

marché et dans les galeries de la ville (au Vitromusée, à la Tour du Sauvage, dans des lieux privés). Les familles sont venues en très grand nombre voir les spectacles de bulles de savon géantes dans la cour du château durant tout le week-end et participer aux ateliers créatifs sur le thème du verre (près de 500 bricolages ont été réalisés).

Foires de Romont samedi 25 avril et samedi 29 août 2015. Pour la foire de printemps, la mobilité douce était à l'honneur avec des vélos et véhicules électriques mis à disposition par la Route du Cœur et la Ville de Romont et la remise du prix « Cité de l'Énergie » à la commune de Romont. Côté animations : les Cadets de la Fanfare de Romont, une maquilleuse et un lâcher de ballons organisé par le Kiwanis. Quant à la foire de la Bénichon, elle a accueilli les sapeurs-pompiers de Romont en tant qu'invités d'honneur pour le 50^e anniversaire de leur centre de renfort avec présentation d'une partie de leurs véhicules, démonstrations de désincarcération et des animations pour les enfants. Le Chœur de l'Annonciade a animé cette deuxième foire de l'année 2015.

PROPRES ANIMATIONS

Tour du Sauvage :

Près de 400 spectateurs ont participé aux 9 Jeudis du Sauvage en été 2015 : du jazz, du flamenco, de la musique bretonne, un concert lyrique, une lecture musicale, « Pierre et le Loup »... les spectacles proposés chaque jeudi soir ont été appréciés par une moyenne de près de 40 personnes par représentation (pour une cinquantaine de places !), un excellent résultat.

Figure 22. Exposition de céramique de Mario Melis à la Tour du Sauvage



Plus de 1700 visiteurs ont foulé les remparts de la ville pour flâner dans les 10 expositions artisanales estivales à la Tour du Sauvage : des chapeaux, des photos, des aquarelles, des découpages, des collages, des sculptures... Tant les exposants que l'Office du Tourisme sont ravis de ce succès.

Fête de saint Jacques : Figure 23. Article dans La Gruyère 28.07.15

Saint Jacques a bénéficié d'une très jolie fête en 2015, grâce à la collaboration avec « Camino Expo », l'exposition de peintures sur le thème du pèlerinage vers St Jacques de Compostelle organisée par Jean-Pierre Demierre dans l'église des Capucins durant tout l'été. Les pèlerins en marche durant l'été avaient aussi la possibilité d'envoyer leurs photos du chemin, qui ont été projetés durant l'exposition (fin juillet c'étaient déjà une centaine de photos qui avaient été envoyées). Une marche depuis l'Abbaye de la Fille-Dieu, un tour de ville commenté et des explications sur l'exposition ont été proposées. Une verrée a clôturé cette fête en toute convivialité. Une septantaine de personnes ont fait le déplacement.

Des Saint-Jacques dans tous les coins

Pour la fête de la Saint-Jacques, l'Office du tourisme de Romont a organisé un tour de ville en lien avec le saint homme. Servant de guide, Jean-Pierre Demierre a ensuite commenté son exposition Camino expo, à l'église des Capucins. Ses toiles évoquent ses nombreux périples sur le chemin de Compostelle.



Départ de la Fille-Dieu, samedi, pour découvrir les nombreuses représentations de saint Jacques qui peuplent la ville de Romont. La fête de ce saint a aussi été l'occasion de visiter l'exposition Camino expo, dont les tableaux illustrent le chemin de Compostelle. [voir aussi: voir](#)

ROMONT. Étape sur le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle, Romont veut développer cet aspect. L'Office du tourisme organise ainsi chaque 2010 un événement le jour de la Saint-Jacques. «Nous y invitons notamment les habitants de la région, qui ont vu beaucoup de choses et ont découvert avec les cartables de pèlerins qui passent chaque année, explique Myrtille Bonchery, collaboratrice à l'Office du tourisme.

Samedi, rendez-vous a été donné à 14 h à l'abbaye de la Fille-Dieu pour une courte marche sur les collines limitées, en direction de la ville. De l'église des Capucins à la collégiale, en passant par la place Saint-Jacques, l'artiste Jean-Pierre Demierre a présenté station et

qui me correspond bien. J'ai aimé quand la matière du tableau est belle.

Chaque toile est une forme de méditation, qui a accompagné mes années. Samedi, de nombreux pèlerins, actuels ou anciens, ont ringé à ces créations. Comme Marcel Wehrli, j'ai vu dans les fresques de Nazareth qu'il y avait cette fête et cette exposition, et je suis venu de Wetzstein. Son pèlerinage a commencé en 2006, avec cinq semaines de marche en Espagne. Depuis, il a accompagné des groupes par-ci par-là, notamment en Suisse, en Belgique et à Genève. J'ai apprécié la visite de ville avec un guide passionné. Et je retrouve dans ses peintures mes impressions de l'époque.

En conclusion vivez, Jean-Pierre Demierre explore les rapports entre l'homme et la nature

ou entre le végétal et le minéral, «avec des labyrinthes d'ombres et de lumière. Figurent, mes tableaux sont parfois assez abstraits. Des lignes géométriques les coupent, direction est ou directement. Elles marquent la présence de l'homme dans la nature et sur le chemin. Elles permettent d'entrer dans le tableau ou posent des questions.

L'accrochage sera une projection, c'est une façon de marquer un lien avec les pèlerins actuels. Depuis deux mois, tous ceux qui marchent vers Saint-Jacques peuvent en voir les photos sur le site de l'Office du tourisme.

Romont, église des Capucins, jusqu'au 29 août, tous les jours de 8 h à 18 h.

Juliet 28, 2015 1:38 pm GMT+2:00/



4. La stratégie 2025

Groupe de réflexion sur l'avenir et la structure de l'Office du Tourisme

Sous la pression de difficultés financières récurrentes et d'un manque de ressources humaines, l'Office du Tourisme de Romont et sa région a mené depuis 2014 une réflexion de fond sur son rôle, ses activités et son avenir. Les milieux politiques (préfecture et communes), la restauration et l'hôtellerie, l'économie et les commerçants locaux ainsi que la Société de Développement et les prestataires touristiques), tous concernés par le tourisme en Glâne, ont participé à ces réflexions qui se sont déroulées sous la forme d'ateliers participatifs sous la supervision professionnelle d'un professeur et coach de la Haute Ecole de Gestion et Tourisme de Sierre. Dans le cadre de la « Vision 2030 » de l'Union Fribourgeoise du Tourisme, les ateliers de réflexion ont pu être conduits par un

professionnel du domaine, professeur à la Haute Ecole de Gestion et Tourisme de Sierre et coach, Eric Michellod.

Grâce au travail effectué, Romont et sa région dispose désormais d'un document de référence pour le développement touristique et l'avenir de son Office du Tourisme régional : une véritable **stratégie à l'horizon 2025**. Adoptée en février dernier par le comité de la Société de Développement, cette stratégie englobe une charte des valeurs, une vision pour l'avenir du tourisme glânois, une série d'objectifs stratégiques ainsi qu'une cinquantaine de mesures concrètes échelonnées sur les dix prochaines années.

Résultats des réflexions

Les ateliers de réflexion ont permis d'établir **un état des lieux du tourisme en Glâne** et de faire prendre conscience aux participants du volume des tâches effectuées par l'Office du Tourisme pour sa région. Les conclusions de cette étude ont été présentées aux Syndics glânois et à la presse en mars 2015. Celles-ci montrent que le fondement d'un organisme touristique régional à Romont et sa région n'est pas à remettre en cause : avec la présence d'offres culturelles uniques et complémentaires – le Vitromusée Romont, musée d'importance nationale voire internationale qui défend fièrement la thématique exclusive du verre et du vitrail, le Musée du papier peint, également unique en Suisse, mais aussi la richesse du patrimoine historique et sacré présent dans la région. Cependant, on a aussi relevé une conscience touristique réduite de la part de la population et des commerces, une faible capacité hôtelière et un tourisme essentiellement d'excursion ne générant pas de nuitées – et donc très peu de taxes de séjour – qui impacte fortement sur l'équilibre des budgets de l'Office du Tourisme.

Au-delà du simple fait de présenter une vision d'avenir et des projets pour dynamiser le tourisme glânois, la stratégie 2025 et l'analyse budgétaire très complète qui a été effectuée ensuite par le bureau de la Société de Développement et la directrice attestent que l'Office du Tourisme de Romont et sa région se trouve à un tournant décisif de son histoire. Elles mettent le doigt sur une situation financière critique et indiquent les mesures nécessaires pour que l'Office du Tourisme régional puisse remplir pleinement son rôle, au même titre que les autres organisations touristiques régionales du canton.

Les valeurs partagées par les acteurs touristiques glânois ainsi qu'une **vision** pour l'avenir ont ainsi été définis. Cette dernière peut-être résumée ainsi :

"Nous mettons tout en œuvre pour faire découvrir de manière conviviale nos paysages, notre gastronomie et notre savoir-faire culturel et artistique dans le domaine du verre et du vitrail dans une ambiance authentique et familiale".

Sept objectifs stratégiques ont également été formulés :

1. Maintenir la qualité de l'accueil et de l'information au sein de l'OTR
2. Concentrer les efforts sur des animations et manifestations d'envergure régionale voire nationale;
3. Cibler la promotion autour des thèmes forts de la région (vitrail, St-Jacques de Compostelle) et en lien avec les produits;
4. Créer de nouvelles offres et nouveaux produits touristiques à valeur ajoutée;
5. Déterminer les partenariats et les collaborations internes et externes essentiels au développement touristique de la région;
6. Optimiser la gouvernance et les structures de l'OTR;

7. Adapter les ressources financières aux missions d'un office de tourisme régional et clarifier les mandats de prestations.

Deux axes stratégiques se démarquent: le premier vise à adapter les ressources financières aux missions de l'Office du Tourisme régional ; le deuxième est consacré à l'amélioration de l'offre et de la promotion touristique. Un thème se distingue parmi la cinquantaine de mesures de la « Stratégie 2025 » : celle du patrimoine sacré et du verre, des thématiques exclusives et dans lesquelles la région de Romont a beaucoup à offrir. Il s'agira donc pour l'Office du Tourisme de Romont et sa région de concentrer ses efforts sur des actions de promotion, des animations ainsi que des nouveaux produits en lien avec ces deux domaines et permettant de créer de la valeur ajoutée qui augmentera les retombées économiques pour la région.

Dans le courant de l'année 2015, des **solutions** aux questions financières essentielles à la réalisation de cette stratégie 2025, ont d'ores et déjà pu être trouvées. Toutes les communes glânoises ont accepté dès le 1^{er} janvier 2016 d'augmenter de CHF 3.- leur participation financière par habitant versée chaque année à l'Office du Tourisme, générant ainsi plusieurs dizaines de milliers de francs supplémentaires pour le fonctionnement de l'Office du Tourisme. De plus, le tarif de la taxe de séjour locale facturée à tous les hôtes qui passent une nuit à Romont a été augmenté et sera appliqué dès le 1^{er} janvier 2016, générant également quelques milliers de francs supplémentaires.

Remerciements

La Société de Développement tient à remercier encore une fois chaleureusement toutes les personnes qui ont permis de réaliser cette étude et de trouver des solutions financières nécessaires à la concrétisation de la Stratégie 2025 :

- Les **participants** aux ateliers de réflexion en 2014: Willy Schorderet, Jean-Bernard Chassot, Christian Perrier, Antoinette Piccand, Michel Pittet, Véronique Schmoutz-Savoy, Pierre-Alain Oberson, Frédéric Perritaz, Stefan Trümpler, Josiane Favre, Guy Lagger, Michel Graber, Jean-Louis Blanc, Jean-Bernard Favre, Floriane Pochon, Madeleine Fasel-Eggs, Céline Horii.
- Le **coach professionnel** Eric Michellod pour la gestion des ateliers de réflexion et la synthèse des résultats.
- **L'Union Fribourgeoise du Tourisme** et son Directeur Thomas Steiner pour le soutien financier et les conseils prodigués.
- Toutes les **communes** de la Glâne et leur Conseil Communal qui ont accepté d'augmenter leur soutien aux activités de l'Office du Tourisme.
- La **Région Glâne-Veveyse** et le **Préfet de la Glâne** pour leur participation au groupe de travail et leur soutien dans nos démarches auprès des communes du district.

Le 24 février 2016

Office du Tourisme de Romont et sa région

Eliane Celeschi,

Directrice