

# ROMONT RÉGION

ORGANISATION TOURISTIQUE RÉGIONALE  
RAPPORT ANNUEL 2019



[www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)

## TABLE DES MATIERES

Introduction .....	3
1. Mot du président.....	4
2. Organisation et administration.....	5
Organisation touristique régionale de Romont et sa région.....	5
Membres cotisants.....	5
L'équipe de l'Office du Tourisme de Romont et sa région.....	6
3. Activités des musées glânois .....	6
Vitromusée Romont .....	6
Musée du papier peint.....	7
4. Activités des salles de spectacles .....	7
Bicubic .....	7
Les capucins .....	7
Les nuitées et les taxes de séjour .....	8
Evolution des nuitées .....	8
Taxes de séjour locale et régionale .....	9
5. Les activités de l'Office du Tourisme en 2019 .....	9
Accueil et information .....	9
Marketing et promotion.....	9
Campagnes de promotion .....	9
Marketing en ligne – internet, réseaux sociaux et newsletters.....	11
Supports de communication .....	15
Présence dans le village et la caravane du Tour de Romandie 2019 .....	19
Médias et actions publicitaires .....	20
Gestion et mise en valeur des produits touristiques .....	23
Nouveau Vitroparcours Romont, sentier du verre .....	23
Escape room – 2 <sup>e</sup> saison.....	25
Visites guidées et forfaits.....	26
Randonnées pédestres et cyclables/MTT.....	27
Manifestations et animations .....	28
Foire de printemps – 27 avril 2019 .....	28
Vitrofestival Romont .....	28
Tour de Romandie – étape glânoise 3 mai 2019.....	29
Animations estivales à la Tour du Sauvage .....	30
Bénichon de Romont 6-7 septembre 2019 .....	31
Mandats .....	33
Billetteries.....	33
Vitromusée – convention de collaboration (promotion) .....	33
20 Heures de musiques – mandat administratif .....	33
Projets en cours .....	33
FIT'NG 2021 – le pari sur l'avenir du tourisme fribourgeois .....	33

## INTRODUCTION

Le paysage touristique glânois a accueilli quelques nouveautés en 2019. Du côté de nos partenaires touristiques, tout d'abord, mais également d'un point de vue des animations et des produits touristiques.

Un établissement-phare de Romont, l'Hôtel-restaurant de la Belle-Croix, a subi une transformation complète et a rouvert ses portes en août. En quelques mois déjà, il a su trouver sa clientèle grâce à sa décoration et sa cuisine de qualité.

Après plus de 30 ans, le Pôle des arts du verre (Vitromusée et Vitrocentre) a fait ses adieux à son directeur, Stefan Trümpler, parti à la retraite fin 2019. Celui-ci aura énormément œuvré pour Romont, pour le vitrail et pour le verre et son immense engagement mérite d'être salué. Il a été remplacé à la mi-année par Pr. Dr. Francine Giese, venue de Thoun.

L'année 2019 a été ponctuée de nombreux événements dans lesquels l'Office du Tourisme s'est investi. La 6<sup>e</sup> édition du Vitrofestival, festival des arts du verre, a également attiré plus de 5'000 personnes à Romont fin avril. Le passage du Tour de Romandie à Romont et dans toute la Glâne début mai a été l'un des événements qui ont marqué l'année. Une très jolie vitrine promotionnelle pour notre région, mais aussi une journée très conviviale et qui a attiré de nombreux spectateurs. Le point d'orgue automnal a bien entendu été la « première édition » de la Bénichon de Romont, relancée par l'Office du Tourisme avec le soutien de la commune de Romont et des sociétés locales. Un événement très apprécié des entreprises et des habitants de la région, désormais prévu chaque année.

Grâce à l'Office du Tourisme, un accent particulier est mis sur les remparts depuis juin 2019. Le Vitroparcours, sentier didactique sur le thème du verre et son quiz, proposé aux enfants et aux écoles sont de nouveaux atouts touristiques indéniables pour notre ville. Une nouvelle escape room a également été proposée dans la Tour de Fribourg, pour le plaisir des très nombreux joueurs friands de jeux d'évasion.

La commune de Rue et l'Office du Tourisme ont travaillé ensemble pour que la plus petite ville d'Europe puisse faire l'objet d'une toute nouvelle brochure touristique. « Rue, invitation à une promenade » est un guide touristique et historique désormais incontournable pour se balader dans la petite cité médiévale et ses environs.

Du côté organisationnel, l'Office du Tourisme est depuis la dernière assemblée générale, sous le lead de deux co-directrices : Michaela Catano et Eliane Celeschi, qui fonctionnent en binôme, accompagnées d'une petite équipe motivée et d'un stagiaire.

## 1. MOT DU PRÉSIDENT

2019 a été à nouveau une année riche en événements. De nombreuses manifestations ont enchanté glânois et touristes tout au long de l'année.

Au printemps, le monde de la petite reine était présent sur la colline pour un Tour de Romandie 2019 passionnant et passionné. Des images merveilleuses de notre région ont été diffusées dans de nombreux pays et tous les amateurs de cyclisme ont découvert un parcours vallonné et très exigeant.

L'organisation touristique régionale de Romont et sa Région a été le moteur de la Bénichon de Romont qui a permis de travailler avec des sociétés locales et des artisans de la région autour d'une fête appréciée et populaire. C'est avec beaucoup d'intelligence et de compétences que toute l'équipe a œuvré à la mise à place de cette fête.

La Tour du Sauvage peut toujours compter sur son fidèle public mais de nouvelles offres permettent à des personnes curieuses de franchir les trois marches qui mènent à l'intérieur de la tour.

Le squatteur de la Tour de Fribourg a été dérangé plus de 200 fois et il a décidé de quitter définitivement les lieux... De nouvelles énigmes prendront tout prochainement place dans cette belle tour médiévale.

Nos salles de spectacles et nos musées ont également cherché à nous émerveiller durant toute l'année et les gymnastes suisses ont impressionné les spectateurs durant les sélections nationales de l'automne.

Depuis leur discours du 1<sup>er</sup> août 2019, nos deux directrices parlent en duo à toute la Glâne et je les remercie pour tout le travail effectué et pour tous les sourires offerts aux personnes qui ont la chance de les côtoyer.

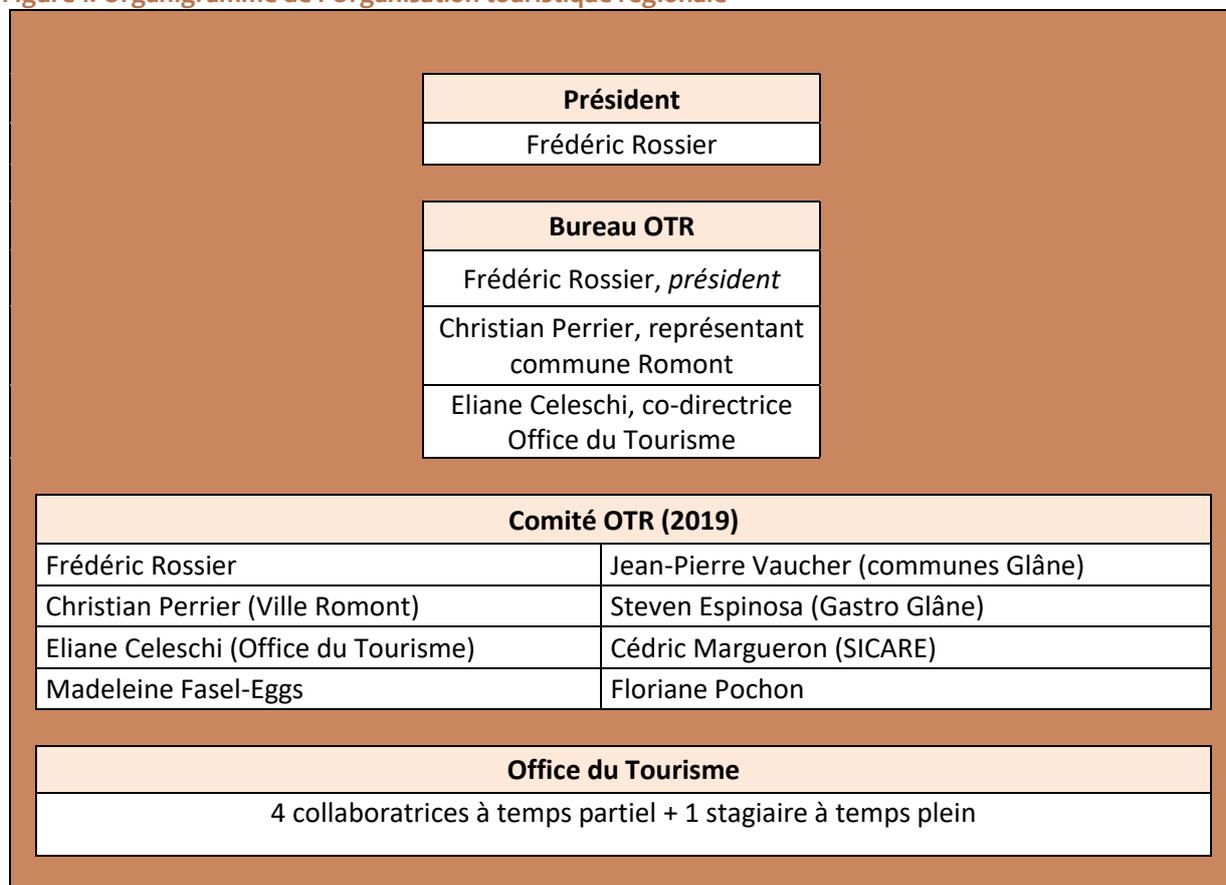
Frédéric Rossier

Président de l'Organisation touristique régionale  
de Romont et sa région

## 2. ORGANISATION ET ADMINISTRATION

### ORGANISATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE ROMONT ET SA RÉGION

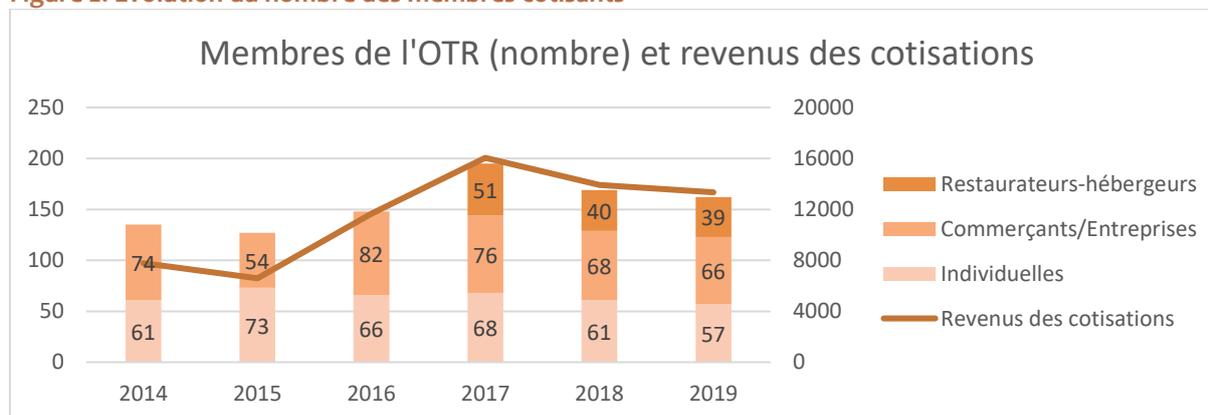
Figure 1. Organigramme de l'Organisation touristique régionale



### MEMBRES COTISANTS

Après la recherche active de nouveaux membres de 2016 et l'intégration d'un nouveau système de facturation en 2017, aucune action particulière n'a été entreprise en 2018 et 2019. Ceci a pour conséquence une légère baisse du nombre de membres de l'Office du Tourisme, tous types confondus. Les 57 membres privés, 66 entreprises et 39 restaurateurs ou hébergeurs rapportent toutefois CHF 13'350.- de cotisations.

Figure 2. Evolution du nombre des membres cotisants



## L'ÉQUIPE DE L'OFFICE DU TOURISME DE ROMONT ET SA RÉGION

L'Office du Tourisme était composé de 6 collaborateurs en 2019 ; Satou Dosso a remplacé Myriam Boschung dès la fin du projet Vitroparcours, le 30 juin 2019. Les EPT (équivalent plein-temps) sont donc revenus à leur niveau habituel, soit un peu moins de 3.

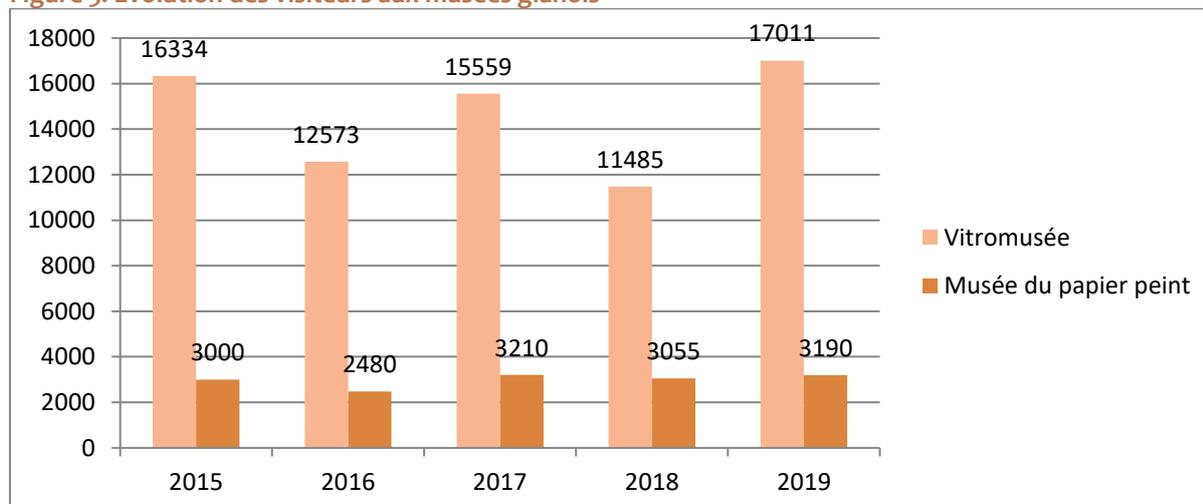
Tableau 1. Equipe de l'Office du Tourisme en 2018

<b>Eliane Celeschi</b> Co-directrice 45%	<b>Michaela Catano</b> Co-directrice 85%	<b>Myriam Boschung</b> Resp. accueil et produits touristiques 40% jusqu'au 30.06
<b>Satou Dosso</b> Resp. de projet puis dès juillet resp. accueil et produits touristiques (40%)	<b>Claudine Derwey</b> Coll. Administrative 25%	<b>Jérémy Tenüd</b> Stagiaire, 100%

## 3. ACTIVITÉS DES MUSÉES GLÂNOIS

Le Vitromusée Romont et le Musée du papier peint de Mézières enregistrent tous deux une hausse de fréquentation en 2019 (+5526 visiteurs pour le Vitromusée, +135 pour le Musée du papier peint). Le Vitrofestival organisé au mois d'avril 2019 a à nouveau influencé en positif les chiffres du Vitromusée, comme tous les deux ans.

Figure 3. Evolution des visiteurs aux musées glânois



### VITROMUSÉE ROMONT

Durant l'année 2019, le Vitromusée Romont a accueilli deux expositions temporaires en ses murs : « Le Verre en Dialogue » suivie par « Reflets de Chine ». Cette dernière a connu un réel engouement auprès du grand public dès son lancement en juin dernier. La mise en place en fin d'année d'un nouveau programme de médiation (Vitrobrunch, Vitromatinée, Vitrodécouverte, etc) a également permis d'attirer des visiteurs d'horizons divers. Durant le week-end du Vitrofestival, des animations inédites se sont installées dans le Vitromusée Romont et ont fortement contribué à la fréquentation de l'institution culturelle.



Le Vitromusée Romont a atteint plus de 17'000 visiteurs en 2019. Il s'agit des meilleures statistiques de visite depuis plus de 7 ans.

## MUSÉE DU PAPIER PEINT



Comme à l'accoutumée, deux expositions temporaires annuelles ont été introduites dans le Château de Mézières. « La Vie de Château » et « La Laitière et le Pot aux Lés » ont été jalonnées par des événements variés et réguliers dans les différents salons de papier peint. En juin dernier, la deuxième édition du Salon du vinyle de la Glâne a connu un beau succès grâce à la présence d'artistes de renom et sera renouvelée en 2020.

Le Musée du papier peint a attiré 3190 visiteurs en 2019 dans le château de Mézières, soit une augmentation légère de 0.4% par rapport à 2018.

## 4. ACTIVITÉS DES SALLES DE SPECTACLES

### BICUBIC

En 2019, les planches du Bicubic ont accueilli Max Jendly, Thierry Lang ou encore Karim Slama. Le spectacle de l'humoriste Yann Marguet, joué à trois reprises, a facilement rencontré son public en octobre dernier. D'autres événements hors-saison tels que le show de Ladoré, le spectacle du Théâtre des Remparts et les soirées de Romont-Gym qui ont également attiré de nombreux curieux à Bicubic.

### LES CAPUCINS

Pour la toute première fois, la scène culturelle des Capucins a introduit un spectacle de fin d'année au sein de sa programmation. De nombreux intéressés ont ainsi franchi le seuil de la salle de spectacle des Capucins pour assister au one man show de Timothé Poissonnet lors de la Saint-Sylvestre. En termes de contenu, les spectacles de 2019 ont savamment alterné humour, témoignages et univers musicaux variés.

### EVOLUTION DES NUITÉES

#### NUITÉES HÔTELIÈRES – SUISSE ET FRIBOURG RÉGION

Selon l'Office fédéral de la statistique, le tourisme suisse a enregistré une augmentation des nuitées de 1.9% en 2019, atteignant 39.6 millions de nuitées, ce qui constitue un nouveau record. Ce résultat confirme la tendance à la hausse initiée en 2017. La demande étrangère a totalisé 21,6 millions de nuitées, ce qui représente une hausse de 1,1%, soit un niveau de nuitées jamais atteint jusqu'à présent. De son côté, la demande suisse a progressé de 2,9% et atteint un nouveau seuil historique de 17,9 millions de nuitées. Tels sont les résultats définitifs de l'Office fédéral de la statistique (OFS).

Fribourg Région enregistre également une hausse des nuitées hôtelières de 8.5% atteignant 481 899 nuitées en 2019, contre 446 457 nuitées en 2018. La clientèle suisse reste largement majoritaire avec une part de marché de plus de 62%.

Tableau 2. Evolution des principaux marchés à Fribourg Région

Principaux marchés	Nombre de nuitées	Parts de marché	Evolution depuis 2018
Suisse	301'820	62.63%	+0.5%
France	38'299	7.95%	-1.75%
Allemagne	33'909	7.04%	+0.91%
Italie	14'769	3.06%	+0.13%
Etats-Unis d'Amérique	10'379	1.84%	+0.42%
Autres marchés	82'723	17.17%	-0.81%
<b>TOTAL</b>	<b>481'899</b>	<b>100%</b>	

Source : Office fédéral de la statistique

#### NUITÉES HÔTELIÈRES ET PARA HÔTELIÈRES – ROMONT RÉGION

Sur la base des taxes de séjour prenant en compte les nuitées des hébergements hôteliers, mais aussi parahôteliers, la destination touristique Romont région enregistre pour 2019 une hausse des nuitées par rapport à 2018. Les nuitées effectives passent de 7442 à 9393 (augmentation d'environ 25%), quant aux propriétaires de résidence secondaire qui paient un forfait, ils étaient 69 en 2019 comme en 2018, avec 150 nuitées chacun, soit 10350 nuitées.

Malgré la réouverture en août de l'Hôtel-restaurant de la Belle-Croix, avec la fermeture de l'Hôtel du St-Georges durant toute l'année 2019, les nuitées hôtelières sont en légère baisse (environ 3200 nuitées contre 3400 en 2018).

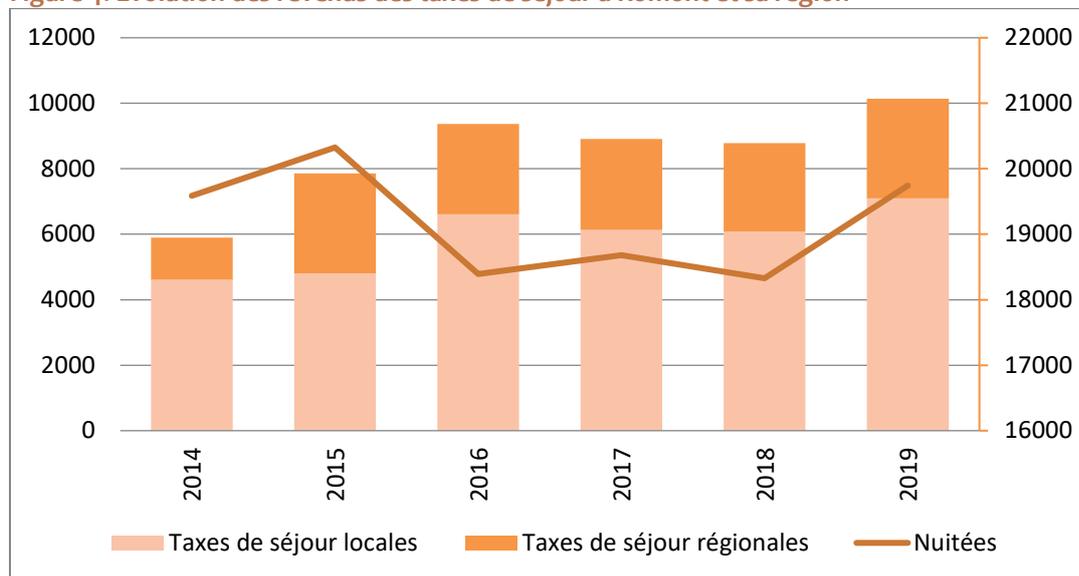
Les hébergements collectifs sont relativement stables, avec quelques 200 nuitées supplémentaires.

Les nuitées en chambres d'hôte sont largement supérieures (près de 1500 nuitées supplémentaires), quelques nouvelles adresses dont certaines enregistrent un nombre de nuitées conséquent expliquent cette différence.

## TAXES DE SÉJOUR LOCALE ET RÉGIONALE

En cohérence avec la courbe des nuitées, les revenus des taxes de séjour augmentent également en 2019.

Figure 4. Evolution des revenus des taxes de séjour à Romont et sa région



## 5. LES ACTIVITÉS DE L'OFFICE DU TOURISME EN 2019

### ACCUEIL ET INFORMATION

Le site internet de l'OTR [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch) et les activités sur les réseaux sociaux sont une source d'informations de plus en plus prisées par les visiteurs. Un constat qui oblige notre Office du Tourisme tout comme ceux des autres régions à investir de plus en plus de ressources dans le « digital ».

L'Office du Tourisme reste toutefois encore un lieu de référence pour glaner des informations relatives aux animations et aux activités dans la région, que ce soit de manière traditionnelle, par téléphone ou au guichet.

### MARKETING ET PROMOTION

#### CAMPAGNES DE PROMOTION

##### CAMPAGNE DE PROMOTION SUR LE TERRITOIRE NATIONAL

Comme chaque année, l'Union fribourgeoise du Tourisme a organisé pour toutes les régions fribourgeoises une campagne de promotion suisse. Elle a mis l'accent cette année sur le storytelling, par le biais de :

- **Un magazine** édité à plus de 470'000 exemplaires et distribué notamment par un encartage dans le Schweizer Familie, Baumeler Magazin, die Alpen Magazin, 50+ Magazin, mais également dans le magazine Générations, randonner.ch et l'illustré. Un article est dédié à Simone Devaud et sa visite guidée thématique « Les personnalités de passage à Romont ». On y trouve également un petit article au sujet du Pied Total, du forfait « capitale du vitrail », ainsi que de la Tour du Sauvage et de l'Escape Room.

- **Des publiereportages** pour chaque destination : en 2019, Romont région était présent dans 3 magazines différents : le Grosselettern Magazin, qui cible principalement les seniors du côté de la Suisse allemande ; le magazine Générations, également pour les seniors mais axé sur la Suisse romande, et finalement le wandern.ch/randonner.ch, magazine pour les randonneurs. Le sentier du vitrail, le Vitroparcours et les musées ont été les thèmes principaux de ces publiereportages.

Figure 5. Publiereportage Grosselettern Magazin, (campagne Suisse UFT), juin 2019



- **Une campagne avec des influenceurs** sur les réseaux sociaux : sous la forme d'une web série de 8 épisodes, des influenceurs fribourgeois ont présenté à des influenceurs du reste de la Suisse leurs coins préférés du canton. Ainsi, Marion Kaelin de Genève (31'000 followers sur instagram) a découvert la ville médiévale de Rue avec Ben & Léo après avoir appris quelques secrets culinaires du canton. La thématique « Ville » (3 vidéos et 2 publications photos) a généré un taux d'engagement de 1,36% avec 134'300 personnes atteintes.
- **Du marketing en ligne** : annonces et bannières sur divers sites internet et réseaux sociaux.

Figure 6. Exemple de bannière utilisée pour la campagne suisse en ligne.



## CAMPAGNE DE PROMOTION INTERNATIONALE – THÉMATIQUE « ÉTÉ »

La campagne de promotion été de Suisse Tourisme s’est concentrée sur la thématique de la randonnée. En effet, Suisse Tourisme s’est attelé à faire venir les touristes dans LA destination pour les randonneurs. Fribourg Région, comme de nombreuses autres régions suisses, a participé à cette campagne internationale.

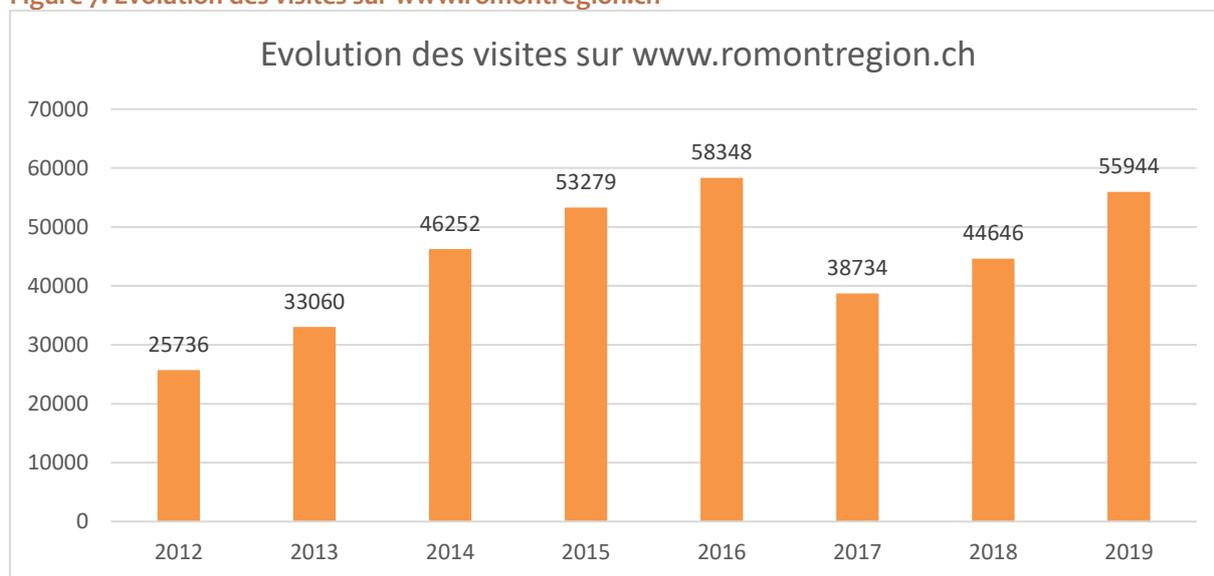
Parmi les 12 tips de Fribourg Région, deux ont été consacrés à Romont et sa région, le Vitromusée était proposé au segment « Attractions Tourer » et le sentier du vitrail au segment « Nature Lover ». Chacun de ces articles étaient disponibles en 6 langues.

## MARKETING EN LIGNE – INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX ET NEWSLETTERS

### ROMONTREGION.CH

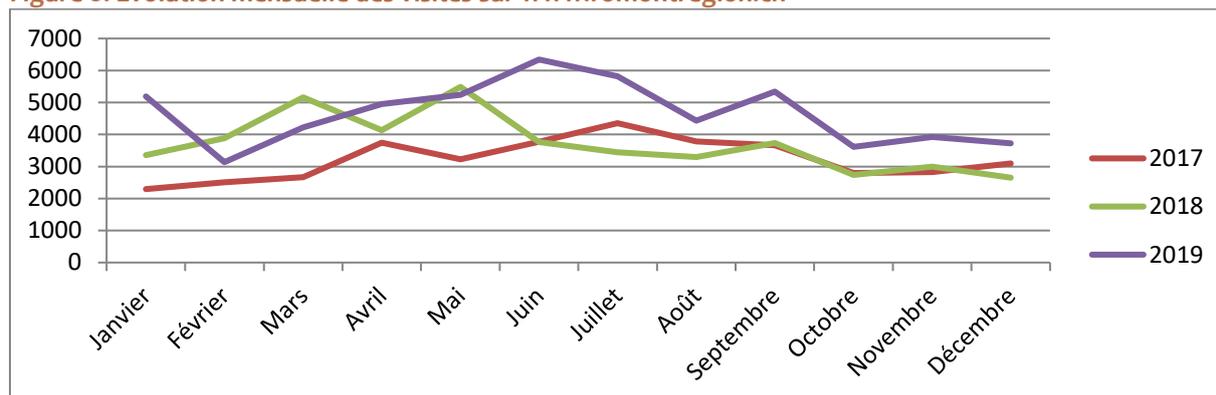
Depuis la refonte du site internet fin 2016 qui avait fait drastiquement baisser le nombre de visites, les chiffres sont en hausse. En effet, avec 11'298 visites supplémentaires en 2019, l’augmentation a quasiment doublé par rapport à 2018. Le travail de référencement a démarré dans le courant de l’année 2019 et est toujours en cours.

Figure 7. Evolution des visites sur [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)



On compte de nombreux visiteurs particulièrement entre avril et juillet, dû notamment aux événements d’importance comme le Vitrofestival et le Tour de Romandie. La forte fréquentation du mois de juin s’explique par la newsletter Temps Libre envoyée le 6 juin (voir p. 13). On constate également une plus forte fréquentation début septembre, grâce à la Bénichon de Romont.

Figure 8. Evolution mensuelle des visites sur www.romontregion.ch



Les pages les plus consultées sont listées ci-dessous, par thématique. En 3<sup>e</sup> position, juste après la page du calendrier des événements, on trouve le giron des jeunes, événement annuel important pour les jeunes du district. Vient ensuite le menhir d'Auborange, dont la fréquentation particulièrement élevée pour cette page résulte d'un reportage à ce sujet sur Couleurs Locales, en février 2019. Toujours dans le top 10 et très recherchés : les circuits VTT, le Pied Total, l'Escape Room et les randonnées.

La thématique « vitrail » dans sa totalité se classe à la 3<sup>e</sup> place, avec près 3500 pages vues. Sont comprises dans cette thématiques les pages concernant le Vitromusée (expositions, activités...), le sentier du vitrail ainsi que le Vitroparcours.

Tableau 3. Thématiques les plus visitées sur romontregion.ch

	Thématique	Pages vues en 2019
1	Homepage	8422
2	Evènements (général)	5269
3	Giron des jeunes glânoises	3201
4	<b>Plus gros Menhir de Suisse</b>	<b>3183</b>
5	VTT	2630
6	Le Pied Total	2458
7	Escape room	2095
8	Randonnées pédestres (général)	1669
9	<b>Vitromusée (activités liées)</b>	<b>1441</b>
10	Hôtel du Lion d'Or	1377
11	Restaurants	1345
12	Tour du Sauvage	1297
13	Bed & Breakfast	1272
14	Foire de la Bénichon	1261
15	<b>Sentier du Vitrail</b>	<b>1125</b>
16	Marché de Noël	1089
17	Sentier des fées	994
18	<b>Vitroparcours</b>	<b>931</b>
19	Bivouac dans les arbres	877
20	Balade gourmande	818
21	Foire de Printemps	764

Les visiteurs de romontregion.ch sont, pour une très large majorité, suisses (87,25%). La proportion des Américains a nettement augmenté, en passant de 2,15% en 2018 à 5,6% en 2019 et arrivent ainsi en seconde position. Viennent ensuite les Français (2,79%) et les Allemands (0,99%).

Parmi les visiteurs suisses, la majorité provient toujours du canton de Vaud (19,32%). Le canton de Fribourg (13,51%) enregistre une baisse notable en 2019 (-5,4%) et est devancé par les Zurichois (18,5%), dont la proportion reste identique à 2018. Le nombre de visiteurs genevois est en légère augmentation avec près de 18%. L'augmentation la plus conséquente concerne les Bernois, qui passe de 1932 visiteurs en 2018 à 4810 en 2019 (soit 12,1% des utilisateurs).

## **NEWSLETTERS**

L'Office du Tourisme de Romont et sa région compte près de 4000 abonnés à sa newsletter. En 2019, 4 newsletters ont été envoyées. Celles-ci sont lues par une moyenne de 1200 personnes. Ces newsletters ont présenté les principaux événements de l'année tels que le Vitrofestival, le Tour de Romandie, la Bénichon de Romont, mais également les événements récurrents comme la foire de printemps, la braderie, la fête du vin cuit ou encore le marché de Noël. Diverses offres phares de la région sont également mises en lumière par ce biais, comme par exemple le Vitroparcours dont l'article a engendré le plus de clics.

Les activités et événements de Romont et sa région sont également relayés par une dizaine de newsletters envoyées chaque année par l'Union Fribourgeoise du Tourisme. Y figure à chaque fois un article qui concerne Romont et sa région. Ainsi, on a pu y découvrir entre autres la foire de printemps, le Vitroparcours, la fête du vin cuit à Grangette, la balade intra-muros de Rue, ou encore l'après-midi chocolat chaud au Musée du papier peint.

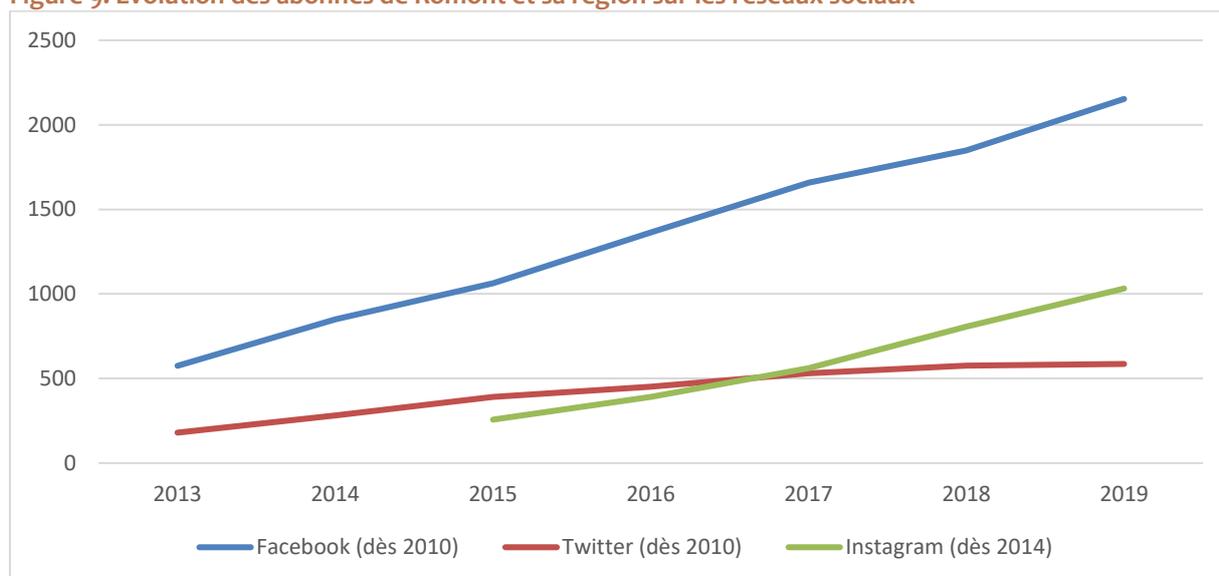
Cette année encore, nous avons planifié l'envoi d'une newsletter par Tempslibre.ch, le 6 juin. En tant que nouveauté, le Vitroparcours était particulièrement mis en avant, suivi d'articles au sujet de la Tour du Sauvage, la balade intra-muros de Rue, l'Escape Room, l'exposition temporaire du Vitromusée « Reflets de Chine » ou encore le salon du Vinyle au château de Mézières. 16'000 personnes ont reçu cette newsletter, dont le taux d'ouverture dépasse les 20%, soit 3'200 personnes.

D'autres partenariats ont assuré la visibilité de l'offre régionale, notamment Loisirs.ch, FriStyle, Léman sans Frontière, etc.

## **RÉSEAUX SOCIAUX**

Avec un total de 3771 abonnés, soit 17% de plus qu'en 2018, l'augmentation du nombre d'abonnés sur nos réseaux sociaux est stable. Nous avons acquis 304 abonnés (+16%) supplémentaires sur Facebook et 225 (+28%) sur Instagram, nos deux principaux réseaux. Moins actifs sur Twitter, qui reprend automatiquement les publications de Facebook, les abonnés n'ont augmenté que de 2%.

**Figure 9. Evolution des abonnés de Romont et sa région sur les réseaux sociaux**

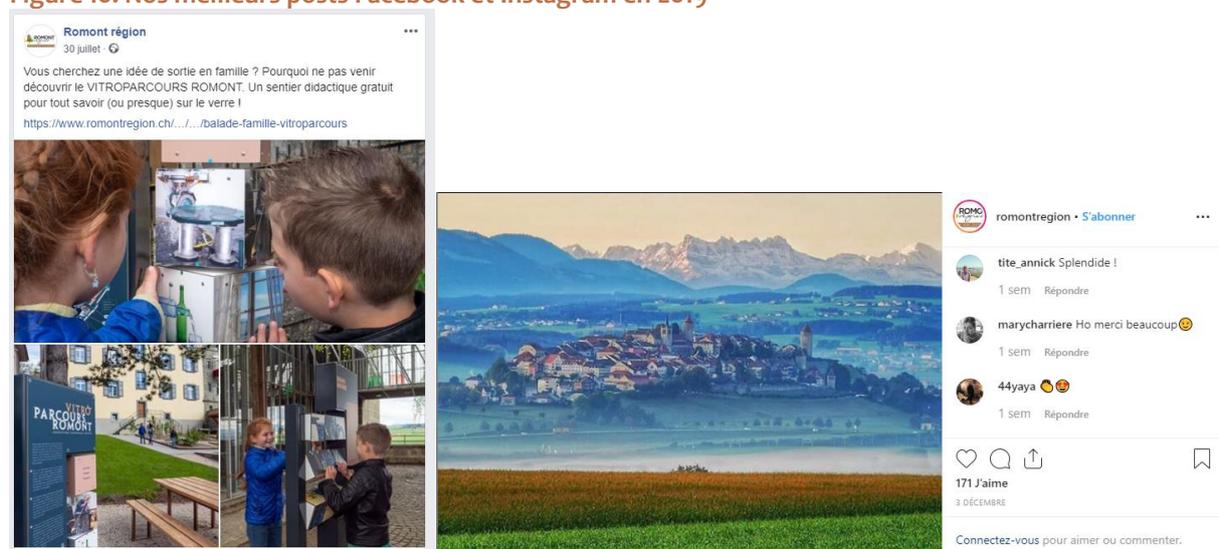


Des « boosts » (action payante qui permet de toucher également le public non abonné) ont permis d'atteindre un nombre conséquent de personnes sur Facebook. Les sujets ainsi mis en avant en 2019 ont été le Vitrofestival, l'Escape Room, la Bénichon, la Tour du Sauvage et le Vitroparcours.

Boosté pour un montant de CHF 100.- la publication sur le Vitroparcours en juillet a atteint 19'366 personnes, record pour l'année 2019. Les posts au sujet des manifestations régionales ont généralement un certain succès : Bénichon de Romont (8220 personnes atteintes), Braderie (7355), Fête du Vin cuit (7188), Fête des foins (5201) ou encore Foire de printemps (5134).

La meilleure publication sur Instagram, avec 171 likes, représente quant à elle une photo de la colline de Romont.

**Figure 10. Nos meilleurs posts Facebook et Instagram en 2019**



De manière générale, nos abonnés habitent la région et sont donc des ambassadeurs potentiels pour nos événements et nos activités. Ils réagissent avec émotion lorsqu'on leur mentionne les événements-phares de la région mais également lorsque l'on publie de jolies photos de la Glâne. Les réseaux sociaux restent un excellent moyen de sensibiliser et de toucher ces « ambassadeurs ».

## SUPPORTS DE COMMUNICATION

Nos brochures sont principalement distribuées lors des événements majeurs dans notre région (par exemple avec la présence d'un stand de l'Office du Tourisme dans le « Village du Tour », lors du Tour de Romandie 2019 (voir page 29). Les documents de Romont et sa région sont également disponibles auprès des offices de tourisme fribourgeois et des régions limitrophes, distribués par les partenaires touristiques (hôtels et restaurants, musées,...) et par les commerces.

Notre **guide général** est édité chaque année et imprimé à plusieurs milliers d'exemplaires. Celui-ci recense toutes les activités, les hébergements et possibilités de restauration ainsi que les événements se déroulant dans notre région. Imprimé selon les années entre 6'000 et 8'000 exemplaires, il est très apprécié par notre clientèle.

La « **Balade historique** au cœur d'une ville médiévale », qui propose une découverte de la ville de Romont par ses aspects historiques, créée en 2016, a été d'ores et déjà distribuée à plus de 10'000 exemplaires et sera réimprimée en 2020.



Comme chaque année, les **menus et apéritifs pour les groupes** ainsi que le feuillet relatif aux hébergements pour pèlerins ont été mis à jour en 2019. Il s'agit de documents mis en page et imprimés par nos soins.

De plus, le panel des supports de communication de l'Office du Tourisme de Romont et sa région ne cesse de se développer, avec en 2019, la création de 4 nouvelles brochures : 1. Rue, invitation à une promenade ; 2. Flyer Vitroparcours Romont ; 3. Quiz Vitroparcours Romont ; 4. Brochure « Romont et sa région, Pays du Verre et du Vitrail ». Ces deux derniers documents sont sortis d'imprimerie tout début 2020.

### RUE : INVITATION À UNE PROMENADE

Le prospectus « Balades pour une mémoire » qui avait été édité il y a de très nombreuses années par la ville de Rue, était apprécié des visiteurs. Celui-ci proposait une balade en ville de Rue et autour, jalonnée d'explications historiques en français. Son stock arrivant à épuisement, l'Office du Tourisme a travaillé en étroite collaboration avec la Ville de Rue pour le rééditer. Grâce aux ressources mises à disposition par le conseil communal (humaines et financières), la nouvelle brochure « Rue : invitation à une promenade » a été créée à l'été 2019. Dans l'esprit de celles déjà éditées par l'Office du Tourisme, en format A5, en 3 langues (français, allemand et anglais), avec un graphisme professionnel et abondamment illustrée.

Doté de plusieurs plans pour se repérer dans la ville historique et ses environs, ce document propose trois parcours de balades, allant d'une heure (boucle de 2 km, au cœur de la ville ou boucle de 2km extra-muros) à 3 heures de marche (11 km, jusqu'aux hauts de Blessens et Promasens). Les quelques explications et repères historiques fournies pour chacun des lieux visités sont ponctués de questions en lien qui permettent de remplir un mot-croisé.

Ce prospectus se veut être non seulement un guide de balade, mais également un guide historique et touristique : il présente d'une part les bâtiments et leur histoire, et recense d'autre part également les activités culturelles que recèle la ville de Rue, ainsi que les quelques possibilités de restauration et d'hébergement, sans oublier de présenter brièvement les artistes et personnalités-phares qui ont marqué la ville. Bref, une brochure désormais indispensable pour une visite de Rue, la plus petite ville d'Europe.

Figure 11. Ancien prospectus de la ville de Rue, "Balades pour une mémoire" et nouvelle brochure « Rue : invitation à une promenade (2019) »



## DOCUMENTS RELATIFS AU VITROPARCOURS ROMONT, SENTIER DU VERRE

Pour accompagner le nouveau sentier didactique du verre, l'Office du Tourisme a réalisé deux documents : un flyer de promotion du parcours et un quiz (livret avec des questions pour les enfants). Ce sentier didactique est présenté dans ce rapport en page 23. A noter également qu'une brochure plus complète présentant l'ensemble des offres en lien avec le vitrail et la thématique du verre dans notre région viendra compléter ce projet en 2020.

### FLYER – VITROPARCOURS ROMONT

Il s'agit prioritairement d'un prospectus d'appel qui sert de base à la promotion de ce projet. Il est d'ores et déjà distribué dans les offices de tourisme et les attractions touristiques, ou lors d'événements ou de foires promotionnelles à l'extérieur, notamment. Ce dépliant a toutefois également son utilité sur place, car il présente le tracé du parcours sur les remparts et les différents postes qui le ponctuent.

Malgré son format qui diffère de nos autres brochures (A5), ce dépliant plus petit et plus léger reprend la charte graphique et les couleurs usuelles de Romont région, les 3 langues (français, allemand et anglais) ainsi qu'un dérivé du plan utilisé dans notre guide principal.

Figure 12. Flyer du Vitroparcours Romont



### QUIZ – VITROPARCOURS ROMONT

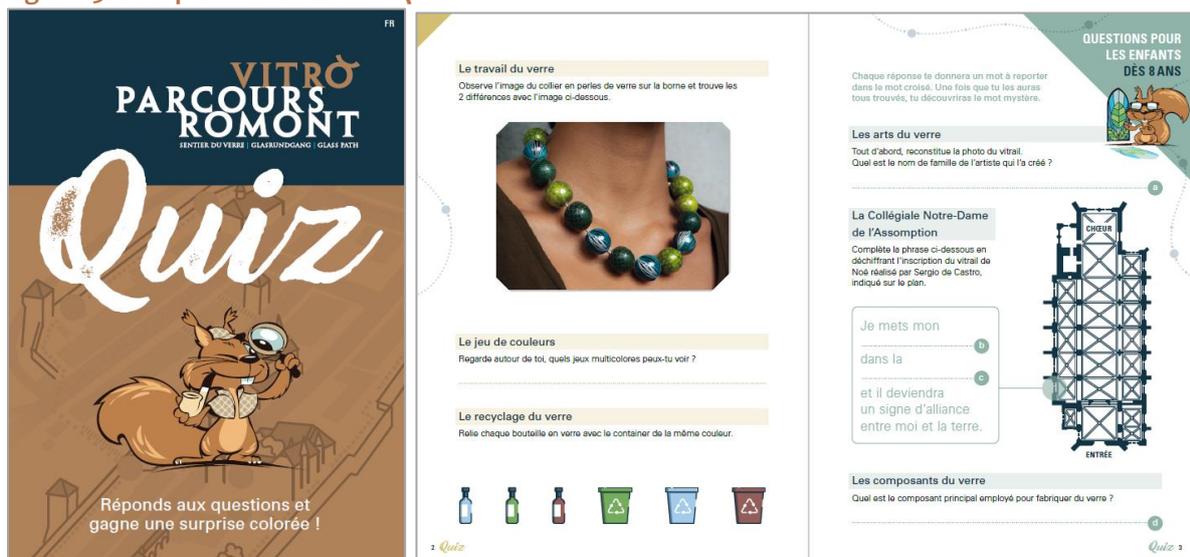
Dès le mois de juin, les enfants, les familles et les écoles qui parcouraient le Vitroparcours Romont avaient la possibilité d’obtenir gratuitement un quiz (livret de questions) à l’Office du Tourisme, au Vitromusée ou sur vitroparcours.ch. Ce quiz s’adresse aux enfants dès 3 ans, avec une partie plus facile (3-7 ans) et une partie plus difficile (dès 8 ans). Il est disponible en français, allemand ou anglais et a pu dès la fin 2019 être retouché par un graphiste et faire l’objet d’une impression professionnelle.



Deux questions (une par tranche d’âge) sont en lien avec chacun des postes sur les remparts. La Collégiale est également intégrée au quiz, pour favoriser une visite de ce monument incontournable romontois. Toutes ces questions, ainsi que le mot-croisé qui en découle et le coloriage proposé en fin de livret ont pour but de motiver les enfants à s’intéresser aux différentes haltes du parcours, à les découvrir, les toucher ou les lire.

Entre juin et décembre 2019, environ 300 enfants (en famille ou avec leur classe) ont déjà rapporté à l’Office du Tourisme ou au Vitromusée Romont leur quiz dûment complété pour en vérifier les réponses et recevoir leur petite récompense.

Figure 13. Vitroparcours Romont - QUIZ



### BROCHURE « ROMONT ET SA RÉGION, PAYS DU VERRE ET DU VITRAIL »

La brochure « Le pays du vitrail » distribuée par l'Office du Tourisme jusqu'en 2019 avait été éditée en 2009 et présentait sommairement le sentier du vitrail ainsi qu'une liste des églises et des artistes dont les vitraux sont à découvrir dans la région de Romont. Dernier feuillet à n'avoir pas encore été adapté au corporate design des destinations fribourgeoises, il a désormais été entièrement revu dans sa forme mais aussi et surtout dans son contenu.

L'objectif de cette nouvelle brochure était de proposer un feuillet touristique de référence pour toutes les offres relatives au verre et au vitrail dans notre région. Désormais, celle-ci dévoile ainsi dans trois langues (français, allemand et anglais) et sur des pages richement illustrés :

- Le Vitromusée et ses diverses animations
- La plateforme Vitrosearch ainsi que le Vitrocentre
- Le Vitrofestival Romont, manifestation bisannuelle-phare pour notre région
- Le nouveau Vitroparcours Romont, sentier didactique du verre sur les remparts de la ville
- Le Sentier du vitrail (pédestre) et une courte présentation des églises et des vitraux contemporains qui le jalonnent
- Le Circuit du vitrail (cyclable) et la liste des édifices dans lesquels on peut admirer des vitraux contemporains en Glâne : une petite image et le nom du/des artiste/s qui ont réalisé les vitraux ou le mobilier liturgique à découvrir.

Les deux principaux artistes qui ont marqué la Glâne de leur empreinte, Alexandre Cingria et Yoki, sont également brièvement présentés.

Figure 14. Brochure "Romont et sa région, le pays du vitrail" (2020)



Cette brochure se veut à la fois un document d'appel qui servira à la promotion de toutes les offres du pays du vitrail, mais aussi un feuillet pratique pour la visite de ces différents lieux. Trois plans ponctuent ce document : un plan de la ville de Romont et du Vitroparcours, un plan au 1 :25 000 du sentier du vitrail et une vue de la région glânoise (avec mention des vitraux d'intérêt et des églises du Circuit du vitrail).

Pour celui qui veut aller plus loin dans la compréhension des œuvres exposées, l'Office du Tourisme propose des visites guidées, mais aussi la possibilité d'acquérir le guide des monuments suisses « Vitraux modernes Romont (FR) et environs » publié par la Société d'Histoire de l'Art en Suisse. La plateforme Vitrosearch recense également certains de ces vitraux glânois. En continuuel développement, mais actuellement plutôt destinée aux scientifiques et aux chercheurs, cette plateforme sera à l'avenir adaptée à un public-cible plus large. Un projet a été entamé par le Vitrocentre, auquel participe l'Office du Tourisme de Romont et sa région.

### PRÉSENCE DANS LE VILLAGE ET LA CARAVANE DU TOUR DE ROMANDIE 2019

La participation de Romont comme ville-étape du Tour de Romandie 2019 a offert la possibilité à l'Office du Tourisme d'être présent dans la caravane du Tour de Romandie. 15 véhicules précèdent les coureurs sur le parcours et distribuent des give-aways aux spectateurs. Une Seat Tarraco a été parée aux couleurs de Romont région, et des boîtes de crayons de couleurs ont été distribués.

L'Office du Tourisme a également tenu un stand dans le village du tour. Une vingtaine de stands installés à chaque ville étape. Nous y avons fait la promotion des activités touristiques glânoises, et organisé un concours afin de récolter des adresses pour nos newsletters.

Figure 15. Voiture publicitaire et stand au Village du Tour



## MÉDIAS ET ACTIONS PUBLICITAIRES

### COLLABORATION AVEC LES MÉDIAS

Chaque année, la présence de Romont et sa région dans les médias est étroitement liée aux événements qui s’y sont déroulés. Nous entretenons toujours des rapports étroits avec les médias locaux et régionaux et leur fournissons chaque semaine un agenda des manifestations, mais également des communiqués de presse relatifs aux différentes animations romontoises et régionales.

Romont et sa région a été particulièrement médiatisée en 2019 grâce à l’étape en boucle du Tour de Romandie le vendredi 3 mai. En effet, les 90 dernières minutes de l’étape étaient transmises en direct sur les 3 chaînes nationales RTS Deux, SRF, RSI La2 ainsi que sur les plateformes PLAY RTS et RTS Sport. De plus RTS Deux a consacré chaque jour une émission « Autour du Tour », avant et après la course, avec des invités locaux qui ont eu l’occasion de présenter la région et ses activités. L’audience moyenne pour cette émission est de 19’000 personnes. Quant à la course en direct, RTS Deux enregistre une audience moyenne par jour de 42’700 personnes, SRF 45’800 personnes et finalement RSI La2 2’900 personnes.

Les images du Tour de Romandie sont retransmises à travers le monde, dans 143 pays grâce à diverses chaînes internationales, dont principalement Eurosport. Le 3 mai, grâce à une étape en boucle, ce sont des images de la Glâne entière qui ont été retransmises à travers le monde.

Grâce à un nouveau jeu interactif intégré à l’application RTS Sport, le public du Tour a pu découvrir et tester ses connaissances sur le Tour de Romandie mais également sur chaque ville-étape. L’Office du Tourisme a donc collaboré avec RTS Sport afin de mettre sur pied le quiz concernant la région de Romont. Sous forme de questions et de quête interactive, le joueur pouvait remporter des cadeaux en collectant des points. Au total, 7000 comptes ont été créés, 252’000 visites enregistrées et 94’000 défis joués.

Les réseaux sociaux et autres canaux de communication tels que la radio ou le site internet de l’événement ont également permis de présenter et véhiculer l’image de la région à un large public.

### ANNONCES PUBLICITAIRES ET PARTENARIATS PROMOTIONNELS

En plus de la visibilité offerte par le passage du Tour de Romandie dans notre région, les partenariats publicitaires et promotionnels de l’Office du Tourisme ont permis, durant toute l’année 2019, de faire rayonner la Glâne et ses activités.

Une offre pour les visites de groupes à Romont (forfait Vitromusée et repas) a à nouveau été publiée dans deux magazines spécialisés pour les voyages en groupe : Bus Jahrbuch 2019 et l'édition 2019 du magazine AufReisen.

#### PROMOTION DU VITROPARCOURS ROMONT

Le Vitroparcours, grâce à l'engagement des sponsors et partenaires tels que la Loterie Romande, disposait d'un budget communication intéressant, ce qui a permis de placer cette nouvelle offre romontoise dans de nombreux supports.

Sur la plateforme **Loisirs.ch**, une annonce a été visible durant 2 semaines, une page dédiée au Vitroparcours a été créée (plus de 450 visites) et une publication « Vitroparcours » a été faite sur leur page facebook le 3 juillet 2019 (10'600 personnes atteintes et 139 clics).

Il est rare que l'Office du Tourisme puisse investir dans des annonces publicitaires à la radio, car elles sont coûteuses. Toutefois, dans le cadre de ce projet, une publicité de 15 secondes a été émise sur **RadioFR**, entendue près de 130 fois durant l'été 2019. Elle mettait en avant le Vitroparcours, l'exposition temporaire du Vitromusée ainsi que la ville médiévale de Romont : « *Une chouette sortie en famille par tous les temps, découvrez la ville médiévale de Romont, son sentier didactique le Vitroparcours, le fascinant Vitromusée et son exposition temporaire « Reflets de Chine ». Pour une journée colorée, pensez à Romont, qui écoute RadioFR sur DAB+.* »

Dans le cadre du partenariat promotionnel avec **FriStyle**, une vidéo de 2 minutes filmée par leurs soins a été réalisée, puis publiée sur leur blog (voir ci-contre).

Le Vitroparcours a également pu être publié sur **leman-sans-frontieres.ch**, sous la forme d'un reportage et d'une offre scolaire, ceci grâce à notre participation à la cotisation de membre du Vitromusée Romont au sein de cette association.

Un très joli **publireportage** d'une demi-page rédigé par Madeleine Fasel-Eggs a été publié dans le Summerguide 2019 de Smart Media, encarté dans la Tribune de Genève et le 24 Heures (84'000 tirages). Celui-ci avait pour objectif principal de présenter le Vitroparcours, mais également la ville médiévale de Romont et son Vitromusée.

Figure 16. Vidéo sur le Vitroparcours publiée sur le blog de FriStyle



Figure 17. Publireportage pour le Summerguide 2019 encarté dans la TdG et le 24H

UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

08 BRANDREPORT ROMONT smartmedia

## Un jour, une escapade – pourquoi pas Romont?

Ni exotique, ni mondaine. Mais si riche en découvertes de toutes sortes, en secrets médiévaux et en intérêt pour grands et petits: la ville de Romont a tout pour vous séduire le temps d'une excursion.

**S**ilhouette caractéristique, Romont siège sur une colline au milieu d'une verte campagne. Un château pour asseoir son statut, des tours pour ponctuer ses rues, des murs qui dessinent le pourtour d'une cité médiévale: voilà posé le cadre. Pour enrichir ce décor, voici du verre et des couleurs: Romont est la capitale du pays du verre et du vitrail.

**Le verre sous toutes ses formes**  
Pour comprendre toutes les facettes du verre, Romont propose un Vitroparcours. De ses ingrédients au recyclage, en passant par sa fabrication ou ses nombreuses utilisations, tous les aspects de ce matériau sont présentés de manière simple et ludique. Inauguré prochainement (le 15 juin), le circuit est adapté aux familles; il comporte huit bornes interactives et un quiz le complète: une récompense colorée attend les enfants qui y auront répondu. Gratuit, accessible en tout temps, il est destiné aussi bien aux promeneurs qu'aux personnes à mobilité réduite ou aux poussettes.

Le verre, à Romont, c'est surtout le Vitromusée, musée suisse du vitrail et des arts du verre. L'institution montre des vitraux, des objets en verre, des peintures sous verre, ainsi que des outils en lien avec les arts verriers. Cette collection est unique en Suisse. Les pratiques verrières traditionnelles ont toujours leurs adeptes; mais les artistes sont également nombreux à explorer de nouvelles techniques permettant des créations inédites. Ces œuvres contemporaines voisinent au musée avec des fragments archéologiques, des chefs-d'œuvre du Moyen-Âge et d'élégantes réalisations de l'Art nouveau.

**Un art vivant**  
L'exposition temporaire de cette année (dès le 15 juin) met en valeur une production artistique insolite: la peinture sous verre chinoise. Le musée a réuni des œuvres du XVIIIe jusqu'à l'époque récente. Très populaires dans l'Empire du Milieu, les peintures sous verre charment par le souci du détail et les histoires qu'elles content.

Au Vitromusée, les arts du verre sont vivants. Des artisans y font régulièrement démonstration de leur savoir; ils partagent leur passion en expliquant les étapes du travail, et en exécutant un vitrail. Les stages d'initiation organisés sont ouverts à chacun. Les visites guidées publiques offrent l'occasion d'aborder ces arts sous la conduite d'une médiatrice. Le jeune public, tout aussi captivé par les qualités du verre, peut y apprivoiser cette matière, au gré d'un parcours ludique ou par des activités créatrices.

**Une virée au Moyen-Âge**  
Le Vitromusée occupe le château de Romont, et on prend volontiers le temps de flâner dans sa cour au charme magique, entre donjon et chemin de ronde. Ensermée dans ses remparts, la cité médiévale toute entière mérite une balade. Un circuit historique est proposé au visiteur, avec repères chronologiques, petites histoires, ainsi que défis pour les juniors. Il attire l'attention de l'explorateur sur les traces médiévales dans l'architecture ou sur la molasse utilisée pour la construction, l'invite à pénétrer dans certains bâtiments.

Les explorateurs plus entreprenants s'engageront sur le chemin vers l'abbaye de la Fille-Dieu où les vitraux du XXe siècle colorent l'église du XIVe; ils parcourront le Sentier du vitrail, ou pénétreront au château de Mézières - Musée du papier peint.

Le charme discret de la cité sur la colline s'offre sans compter au visiteur attentif. Romont est le but rêvé pour une évocation culturelle ou une excursion en famille. A noter que l'entrée au Vitromusée est offerte aux visiteurs ces prochains samedi et dimanche 15 et 16 juin 2019.

[www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)




### PROMOTION POUR LE VITROFESTIVAL ROMONT 2019

Le Vitrofestival dispose d'un budget communication externe à celui de l'Office du Tourisme, et d'un plan complet de communication qui comprend des annonces publicitaires et de nombreuses autres actions. L'Office du Tourisme complète toutefois ces investissements grâce à certains de leurs partenariats promotionnels.

Ainsi, en 2019, le Vitrofestival Romont a été présenté en « coup de cœur » durant un mois sur le site internet de tempslibre.ch. L'évènement ainsi qu'une bannière a été intégrée sur Fristyle.ch et un concours a également été proposé sur cette plateforme.

### AUTRES PRÉSENCES PUBLICITAIRES

L'exposition temporaire des deux musées, la Tour du Sauvage, la Bénichon et l'Escape Room ainsi que les autres activités de la région ont également été mises en avant dans une newsletter de Terre&Nature, ainsi que par le biais des campagnes suisse et internationale en collaboration avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme et Suisse Tourisme.

Un accent a également été mis en 2019 sur l'Escape Room romontoise. Ce jeu a été communiqué par le biais d'un concours FriStyle, dans le cadre d'un coup de cœur (1 mois) sur la plateforme tempslibre.ch, ainsi que dans le cadre des newsletters aux adresses tempslibre.ch, Terre&Nature et nos newsletters propres.

L'Office du Tourisme de Romont et sa région assure également la présence d'un portrait sur la ville de Romont dans le magazine annuel et sur le site internet de la Route du Cœur, itinéraire cyclable qui traverse Romont et qui est très fréquenté durant la belle saison.

## GIVE-AWAYS

Un stock de 5'000 boîtes de crayons de couleurs estampillées aux couleurs de Romont région ont été commandées afin de pouvoir être distribuées par notre voiture publicitaire qui précédait les coureurs lors du Tour de Romandie 2019. Le solde de ces give-aways était prédestiné à récompenser les participants au quiz du Vitroparcours, en plus de recevoir une petite bille en verre, clin d'œil au thème du sentier didactique.

## PHOTOS

Nous avons mandaté plusieurs photoshootings en 2019 pour renouveler notre base d'images. Nous disposons donc dorénavant de nouvelles images du cortège, du discours et du marché de la St-Nicolas dans la cour du château, du Vitroparcours ainsi que du sentier du vitrail.

Figure 18. Crayons de couleurs "Romont région"



## GESTION ET MISE EN VALEUR DES PRODUITS TOURISTIQUES

---

### NOUVEAU VITROPARCOURS ROMONT, SENTIER DU VERRE

En 2017, l'Office du Tourisme et le Vitromusée se sont rencontrés dans le but de renforcer le positionnement de Romont et sa région en tant que Pays du verre et du vitrail et de redynamiser ce thème. Il a finalement été décidé de mettre en place un sentier didactique sur le thème du verre pour :

- Améliorer (et prolonger) l'expérience des visiteurs à Romont en renforçant le positionnement de Romont en tant que Capitale du Vitrail
- Inciter les visiteurs et promeneurs des remparts à visiter le Vitromusée Romont
- Mettre en valeur et tirer parti du cadre architectural et historique de la ville et accroître l'intérêt des remparts
- Proposer une nouvelle offre en vieille ville et un complément à la visite du Vitromusée Romont
- Sensibiliser les enfants (écoles), les jeunes et les familles à la thématique du verre en proposant une activité ludique

Pour ce faire, un groupe de travail a été créé avec :

- **Satou Dosso**, Office du Tourisme de Romont et sa région – Responsable du projet
- **Eliane Celeschi**, Office du Tourisme de Romont et sa région – Représentante de l'Office du Tourisme
- **Astrid Kaiser-Trümpler**, Vitromusée Romont – Représentante du Vitromusée
- **Marina Porobic**, Vitromusée Romont – Représentante du Vitromusée
- **Madeleine Fasel-Eggs** – Recherche et rédaction des textes
- **Roland Kowalski** – Représentant des entreprises de verre romantoises

Durant deux ans, l'Office du Tourisme et le Vitromusée ont travaillé en collaboration pour développer ce qui est devenu le Vitroparcours Romont. Huit haltes d'information ont été imaginées

sur les remparts de la ville de Romont pour une balade d'environ 1h15. Chacune d'entre elles présentent un aspect du cycle de vie du verre (histoire, composants, travail du verre, industrie, le verre dans nos vies, arts du verre, recyclage et jeu de couleurs). Les bornes, créés par l'entreprise Corbat SA, ont été personnalisées pour permettre d'y présenter sur chacune un texte informatif et un jeu. Les textes sont proposés en français, allemand et anglais. Les italophones sont invités à consulter le site [vitroparcours.ch](http://vitroparcours.ch). Le graphisme a été réalisé par Emulsion graphique. Ce dernier a combiné la charte graphique de la signalétique existante en vieille ville et du Vitromusée Romont.

**Figure 19. Deux postes du Vitroparcours Romont**



Le poste *Jeu de couleurs* propose aux visiteurs d'observer les paysages alentours à travers un kaléidoscope géant créé par l'artiste glânois Jimmy Jossy.

**Figure 20. Le kaléidoscope réalisé par Jimmy Jossy (Galerie Y'a Q'a)**



Le Vitroparcours est gratuit, accessible toute l'année et peut être visité par les personnes à mobilité réduite et avec une poussette. Il est autant attractif pour les enfants que les adultes grâce aux parties informatives et aux jeux. Un flyer de promotion, ainsi qu'un livret (quiz) pour les enfants ont été édités. Pour ceux qui aimeraient plus de détails, le site [vitroparcours.ch](http://vitroparcours.ch) offre des compléments d'information.

Le Vitroparcours peut être parcouru dans n'importe quel sens, il n'y a pas de point de départ. Il complète la visite du Vitromusée, qui peut se faire avant, après ou pendant la balade.

#### **BUDGET ET FINANCEMENT**

Le budget du projet s'est élevé à CHF 102'000.-. Ce montant ne comprend pas les heures de travail effectuées par les membres de l'Office du Tourisme et du Vitromusée. Le Vitroparcours a été financé en partie par l'Office du Tourisme et le Vitromusée. Il a également été soutenu par la Commune de Romont, La Loterie Romande, la Fondation Ikea, La Mobilière ainsi que la Raiffeisen. Plusieurs entreprises locales ou actives dans le domaine du verre ont également sponsorisé une

borne du projet : Migros Neuchâtel Fribourg, ECAB, Kowalski SA, Vetrotech Saint-Gobain International AG, Saint-Gobain Isover SA, Vetropack Holding AG, Radio FR.

### INAUGURATION

Le Vitroparcours Romont a été inauguré le week-end des 15 et 16 juin 2020. Pour cette occasion, la Mobilière a offert l'entrée libre à tous les visiteurs du Vitromusée. Plus de 200 personnes en ont passé la porte durant tout le week-end.

La partie officielle a eu lieu le samedi 15 juin. Elle a débuté au pied de la Tour à Boyer, devant le kaléidoscope. Les participants se sont ensuite dirigés vers une des bornes, dans le jardin communal, puis dans la cour du château pour découvrir la borne *Arts du verre* et profiter d'un apéritif. Plus de 70 personnes y ont participé.

Depuis l'inauguration, la page présentant le Vitroparcours sur romontregion.ch a vu une belle fréquentation avec plus de 930 visiteurs. Le site internet officiel [www.vitroparcours.ch](http://www.vitroparcours.ch) est quant à lui partie intégrante du site internet du Vitromusée, comme l'était déjà le Vitrofestival.

Figure 22. Inauguration du Vitroparcours Romont



### ESCAPE ROOM – 2<sup>E</sup> SAISON

Pour la deuxième année consécutive, un jeu d'évasion a pris place dans la Tour de Fribourg à Romont. Grâce à l'imagination et à l'engagement du président de l'organisation touristique régionale de Romont et sa région, Frédéric Rossier. Sur la thématique d'un squatteur qui aurait pris ses quartiers dans la tour, les participants avaient une heure devant eux pour réussir à résoudre les différentes énigmes qui leur permettraient de retrouver la clé pour sortir.

Entre le week-end d'ouverture (6 avril 2019) et le dernier jour d'ouverture (30 décembre 2019), l'Escape Room a accueilli plus de 200 groupes, soit entre 9 et 34 groupes par mois. Une statistique en légère baisse par rapport à 2018, où 60 groupes de plus avaient été accueillis, mais sur une durée légèrement plus longue puisque le jeu avait ouvert dès la mi-mars déjà. Il est à noter que le marché des escape rooms est toujours en pleine expansion avec de nouvelles salles qui ouvrent chaque mois en Suisse romande, la concurrence est donc rude sur le marché.

Pour l'Office du Tourisme, les objectifs sont atteints :

- Mettre en valeur et faire vivre un monument historique romontois et les remparts de Romont
- Proposer une nouvelle offre attractive pour les visiteurs et les habitants et faire rayonner Romont d'une autre manière
- Inciter les visiteurs à se rendre dans les commerces intra-muros

Ce dernier point est favorisé par les bons de réductions de CHF 2.- offerts à chaque participant du jeu et valables auprès des restaurateurs partenaires (tea-rooms et restaurants membres). Le canal de promotion le plus utilisé pour l'Escape Room reste notre page Facebook, mais quelques actions supplémentaires ont également été entreprises en 2019 pour faire connaître le jeu : intégration dans certaines newsletters ou partenariats promotionnels.

Une équipe d'une dizaine d'animateurs assurent les sessions qui ont principalement lieu en soirée et le week-end. L'Office du Tourisme se charge bien évidemment de l'administration, de la coordination et de la promotion.

Figure 23. Edition 2020 de l'escape room Romont



Une fondue, une activité créatrice de collage (Romont s'évade) avec Laure Delabays ou encore une visite guidée thématique de la ville par Simone Devaud permettent de compléter l'activité pour ceux qui le souhaitent.

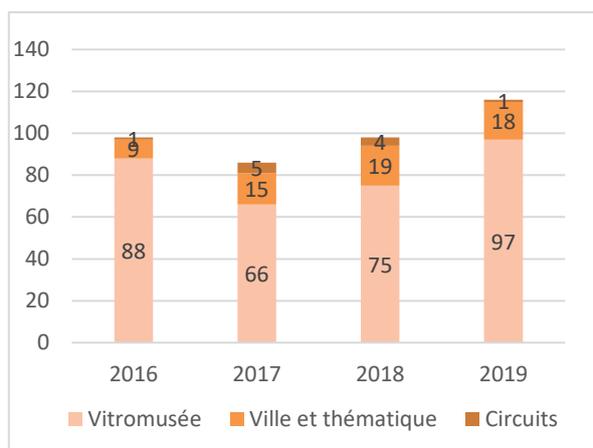
Frédéric Rossier aidé de son fils Rémi travaillent d'ores et déjà sur une nouvelle thématique, pour une ouverture au printemps 2020.

### VISITES GUIDÉES ET FORFAITS

Près de 1'900 personnes ont pu bénéficier en 2019 d'une visite commentée du Vitromusée, de la ville ou de la région par une guide de notre équipe, un chiffre stable par rapport à 2018. Les nombres des groupes et des visites guidées réalisées sont quant à eux en hausse, avec 97 groupes qui ont réservé 116 visites guidées : 97 visites du Vitromusée (1h ou 1h30), et 19 visites de la ville (1h, 1h30, visite thématique ou visite de la Collégiale).

Une visite guidée publique du Vitromusée est également proposée gratuitement aux visiteurs chaque dernier dimanche du mois.

Figure 24. Evolution du nombre de visites guidées



Dès la fin de l'année 2019, sous l'impulsion du Vitromusée Romont, deux nouveaux forfaits pour les groupes « Vitrodécouvertes (1h) » et « Vitrodécouvertes Plus (2h) » sont désormais proposés aux clients. Ces forfaits incluent une visite commentée du Vitromusée ainsi qu'une démonstration de

soufflage de verre menée par l'artiste verrier Thomas Blank, et peuvent bien entendu être complétés par un apéritif ou un repas.

Nous espérons que ces forfaits contribueront encore à la croissance du nombre de visiteurs et de visites guidées réservées.

Figure 25. Visite guidée du Vitromusée



### RANDONNÉES PÉDESTRES ET CYCLABLES/VTT

L'Union Fribourgeoise du Tourisme gère les chemins de randonnées pédestres à l'échelle du canton, et l'équipe de balisage et d'entretien de ces parcours. Comme le stipule la loi sur le tourisme, l'Office du Tourisme de Romont et sa région participe au financement de ces travaux pour le district de la Glâne.

Figure 26. Sur le sentier du vitrail © UVProd



L'Office du Tourisme est également en charge de la gestion des parcours VTT glânois, mis en avant grâce aux cartes VTT réalisées en 2012 (2015 pour le Tour de la Glâne) par la Jeune Chambre Internationale. L'Office du Tourisme finance seul l'entretien et le balisage de ces parcours. Les cartes VTT se vendent toujours bien et ces parcours sont très appréciés des vététistes.

## MANIFESTATIONS ET ANIMATIONS

---

L'Office du Tourisme est impliqué directement dans l'organisation de manifestations à caractère régional, national ou international, cela a été le cas en 2019 pour le Tour de Romandie, le Vitrofestival Romont ou encore la Bénichon de Romont. Mais c'est également son rôle de promouvoir toutes les animations et les manifestations glânoises sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram), dans l'agenda des manifestations accessible en ligne sur romontregion.ch et repris sur fribourgregion.ch et myschweiz.com, mais également dans la presse locale et régionale grâce à l'envoi effectué par l'Office du Tourisme chaque semaine.

Une attention est également portée sur diverses animations, à caractère local et dont les principaux bénéficiaires sont les habitants de la ville ou de la région. La saison culturelle dans la Tour du Sauvage, créée par l'Office du Tourisme il y a plus de 30 ans perdure et apporte chaque été un peu d'animation sur les remparts de la ville. La foire de Romont est également un événement à caractère local pour lequel l'office est impliqué. L'Office du Tourisme appuie également volontiers la création de nouvelles animations, comme celles du nouveau groupe d'animations romontoises « AniMont » et sa « Fontaine en fête » en 2019.

### FOIRE DE PRINTEMPS – 27 AVRIL 2019

*Implication au sein du comité d'organisation (dicastère promotion, gestion des inscriptions etc.)*

Pour cette foire de printemps, le thème du vélo était à l'honneur, avec la présence du comité local romontois du Tour de Romandie, Chiffelle Bike et Sports Aventures qui ont offert aux visiteurs la possibilité de tester des vélos.

Une trentaine d'exposants ont accueilli le public principalement en première partie de journée, mais la météo capricieuse a retenu les foules le reste de la journée. Sous le préau, environ 25 enfants ont joué les commerçants au marché anglais des enfants.

### VITROFESTIVAL ROMONT

*Implication au sein du comité d'organisation (promotion, sponsoring, animation, accueil etc.)*

Pour la sixième édition du Vitrofestival, le verre s'est montré sous toutes ses facettes : un marché riche et diversifié, une exposition de grande qualité dans la galerie, des activités pour les enfants et diverses démonstrations. L'animation proposée cette année a été particulièrement appréciée par les visiteurs, qui ont été près de 800 à assister à la performance de Cédric Cassimo. Cet animateur de sable a illustré sur grand écran une série de représentations poétiques « Les contes éphémères » en dessinant avec du sable sur une table lumineuse.

Les diverses visites guidées ont également rencontré un franc succès et attiré plusieurs centaines de personnes. Simone Devaud, guide Romontoise, a fait découvrir la vieille ville à travers des personnages célèbres qui ont fait un passage dans ses murs, alors qu'Evelyne Tissot proposait une visite sur le thème du groupe Saint-Luc. Stefan Trümpler, directeur du Vitrocentre et du Vitromusée a, quant à lui, commenté les vitraux de la collégiale de Romont, ainsi que ceux de Brian Clark à l'Abbaye de la Fille-Dieu.

La manifestation s'est terminée par un concert de l'ensemble vocal Glânissimo dans la collégiale de Romont. Les choristes ont interprété « Colorissimo, un vitrail choral » composé par sept auteurs et compositeurs glânois.

Figure 21. Reflets de la 6e édition du Vitrofestival Romont



### TOUR DE ROMANDIE – ETAPE GLÂNOISE 3 MAI 2019

Après 2005 et 2011, Romont a accueilli pour la 3<sup>e</sup> fois une étape du Tour de Romandie. Le public a largement répondu présent à cette étape en boucle, qui s'est déroulée dans un esprit de convivialité. Le village de fête situé sur la place de l'école primaire se composait d'une vingtaine de stands qui ont aisément distrait les visiteurs entre les passages des coureurs.

Les 20 équipes qui ont disputé cette étape très rythmée ont été portées par les encouragements du public non seulement en ville de Romont mais également dans les autres communes glânoises traversées. C'est finalement le français David Gaudu qui remporte cette étape de 160 km.

Figure 22. Le Tour de Romandie traverse Romont



La région entière s'est mobilisée dans le but d'accueillir cette étape dans les meilleures conditions. Sponsors, communes, écoles, sociétés et autres privés ont contribué au succès de cette manifestation d'envergure.

L'Office du Tourisme a profité de cette importante vitrine pour mettre en avant le pays du vitrail. Une voiture aux couleurs de la région a parcouru chaque étape du Tour de Romandie et distribué des give-aways sous forme de crayons couleurs. D'autre part, la promotion de la région s'est également faite auprès des visiteurs grâce à un stand Romont Région dans chaque village du Tour.

### ANIMATIONS ESTIVALES À LA TOUR DU SAUVAGE

Animations créées et gérées par l'Office du Tourisme depuis 1989

En 2019, le programme de la Tour du Sauvage a fait peau neuve. Le nouveau visuel a été peint par l'artiste romontoise Simone Dévaud qui connaît très bien la tour pour y avoir exposé de nombreuses fois. Plus colorée et plus vivante, l'aquarelle choisie représente la tour sous un angle différent, mais toujours bien reconnaissable.

Figure 23. Ancien et nouveau visuel pour le programme de la Tour du Sauvage (2019)



Du 27 juin au 5 septembre 2019, 10 jeudis et 10 expositions ont donné vie à l'édifice médiéval situé sur les remparts de la ville de Romont. Cette 31<sup>e</sup> saison culturelle a été marquée par des expositions originales et quelques soirées inédites : improvisation théâtrale, Blind Test, expositions florales et taxidermistes ont notamment pris part à cette édition 2019.

Dans son ensemble, la saison culturelle a connu un beau succès. 483 intéressés sont venus assister aux Jeudis du Sauvage. Les spectacles des Improvisibles (improvisation théâtrale), de Gaëtan (chansons jeune public) et des Rencontres folkloriques internationales (danse et chants traditionnels – Italie) ont affiché complet (voire même plus), tout comme le Blind Test.

**Figure 24. Exposition 100% Lego, à la Tour du Sauvage**



Du côté des expositions, les 10 semaines ont attiré 2'277 visiteurs (environ 1'000 en 2018). Cet engouement s'explique notamment par l'exposition « 100% Lego » de Christophe Durussel, qui a enregistré un record de fréquentation. 810 amateurs de la brique colorée ont franchi le seuil de la Tour du Sauvage durant la semaine du 26 juillet au 1<sup>er</sup> août 2019.

En termes de promotion, plusieurs canaux ont été stratégiquement utilisés afin de communiquer cette rencontre estivale. Une annonce Radio Fribourg a été réalisée durant le courant août et une apparition dans le programme des RFI de Fribourg a été assurée. A cela s'est ajouté une diffusion par communiqué de presse hebdomadaire. Au total, 10'000 sets de table et 6'500 programmes ont été imprimés, une partie d'entre eux distribués par un tout-ménage à Romont et Mézières. D'un point de vue digital, l'événement a également été annoncé via la plateforme tempslibre.ch, notre site Internet ainsi que nos différents réseaux sociaux.

### **BÉNICHON DE ROMONT 6-7 SEPTEMBRE 2019**

Après l'impulsion donnée en 2018 par la Fanfare de Romont, l'Office du Tourisme a réuni les acteurs concernés (commune, SICARE et comité foire, mais également USR), avec dans l'idée de trouver un fonctionnement pérenne pour organiser désormais chaque année la Bénichon de Romont.

Le comité de la foire a accepté que la foire de la Bénichon soit déplacée sur la Rue du château et la place de l'hôtel de ville, comme en 2018. L'Union des sociétés romontoises et ses membres, réunis en assemblée extraordinaire au printemps 2019 ont donné leur accord pour impliquer leurs membres en tant que bénévoles pour cette manifestation et les suivantes. Cette manifestation n'aurait naturellement pas pu voir le jour sous le soutien de la commune de Romont qui a notamment fourni et monté les cantines ; ainsi que l'excellente collaboration avec les traiteurs de la place, Christian Deillon, Bruno Clerc et Christine Vallélian, qui ont géré tous les repas et les snacks du week-end.

Sous le lead de l'Office du Tourisme, un comité a donc été mis en place pour organiser cette « première » édition : Daniel Stern (fanfare de Romont) a accepté d'apporter son expérience précédente pour la logistique, Véronique Barbey représentait l'USR et a contacté les sociétés pour remplir les tranches horaires bénévoles, Christian Perrier a pris en charge les infrastructures en tant que représentant de la commune de Romont, avec Michaela Catano ils ont fait le lien avec le comité de la foire, Eliane Celeschi a géré l'aspect administratif et financier, ainsi que les animations et les repas des entreprises avec Michaela Catano et Frédéric Rossier a tenu les caisses.

Malgré un départ un peu tardif et une météo relativement fraîche, ce comité a réussi une première édition satisfaisante en tous points :

Le repas des entreprises a rapidement affiché complet, ayant réuni plus de 150 personnes dans la salle de l'hôtel de ville le vendredi midi.

Figure 25. Repas des entreprises



Le bar n'a pas désempli, ni durant l'afterwork du vendredi soir (avec ambiance DJ), ni durant la journée et la soirée du samedi.

Plus de 240 assiettes de bénichon, une cinquantaine de soupes et septante desserts ainsi qu'une vingtaine de menus complets ont été servis sur deux jours, ceci sans compter la cinquantaine de planchettes et les huitante sandwiches au jambon de la borne.

La foire de la Bénichon a accueilli 26 stands (dont quelques sociétés locales) et diverses animations (cor des alpes, musique traditionnelle, carrousel, petit bétail et maquilleuse). Le marché anglais a pris place dans la cour du château.

Figure 26. Reflets de la foire de la Bénichon



Plus de 130 tranches horaires ont été prises en charge par des bénévoles, la quasi-totalité fournie par une douzaine de sociétés locales.

Comme souhaité dès le départ par le comité, aucun sponsoring n'a été requis ; même si quelques entreprises locales ont donné un coup de pouce, notamment pour le côté technique. Un bénéfice de quelques milliers de francs a pu être généré, presque entièrement reversé aux sociétés locales participantes, comme cela avait été prévu ; une réserve a quand même été créée pour les années suivantes.

## MANDATS

---

### BILLETTERIES

L'Office du Tourisme est en charge de la gestion de la billetterie pour les deux salles de spectacle romontoises Bicubic et les Capucins. La gestion des abonnements, des réservations et des préventes font partie du cahier des charges.

### VITROMUSÉE – CONVENTION DE COLLABORATION (PROMOTION)

L'Office du Tourisme collabore depuis sa création avec le Vitromusée pour les tâches liées à la promotion du musée. Depuis fin 2019, cet étroit partenariat fait l'objet d'une convention signée entre nos deux institutions. L'attribution détaillée des tâches et engagements financiers est toutefois établie de manière annuelle par le biais d'un plan de communication.

Cette collaboration s'est notamment concrétisée en 2019 par des projets concrets comme le Vitroparcours, ou plus récemment la mise en place de nouvelles offres de médiation : Vitrobrunch, Vitromatinée ou encore les forfaits Vitrodécouverte.

### 20 HEURES DE MUSIQUES – MANDAT ADMINISTRATIF

L'Office du Tourisme est en charge du dicastère promotion/communication des 20 Heures de Musiques, et ce depuis le début de la manifestation. Pour la 13<sup>e</sup> édition, le comité, à la recherche d'un responsable administratif, s'est tourné vers l'Office du Tourisme pour assumer cette fonction. Cette collaboration s'est effectuée sous forme de mandat, la partie administrative ne faisant pas partie des prestations offertes par un office du tourisme. Le mandat prévoit entre autres la gestion des contrats des artistes, la recherche de fond auprès des fondations, le suivi des sponsors et la coordination.

## PROJETS EN COURS

---

### FIT'NG 2021 – LE PARI SUR L'AVENIR DU TOURISME FRIBOURGEOIS

Depuis maintenant plusieurs années, les destinations touristiques fribourgeoises ont entamé une réflexion de fond sur leur organisation, leur structure et leur collaboration. Depuis le printemps 2019, un deuxième soutien financier a été obtenu de la part d'Innotour - soutien fédéral à l'innovation touristique, la deuxième phase du projet est lancée : baptisée FIT'NG 2021 (pour Fribourg Innovation Tourism for Next Generations). Pour rappel, FIT'NG 2021 a pour objectifs de repenser les structures du tourisme fribourgeois, de valoriser les compétences afin de mieux utiliser les ressources à disposition et de gagner en efficacité. Le tout orienté client, avec comme axe prioritaire d'apporter à l'hôte qualité et innovation.

Le comité de pilotage formé des 7 régions touristiques ainsi que de l'Union Fribourgeoise du Tourisme, coachés par M&BD Consulting travaillent désormais, dans un processus participatif, à la mise en place de différents projets-clés.

Le 6 mars 2020

Office du Tourisme de Romont et sa région

Eliane Celeschi et Michaela Catano

Co-Directrices