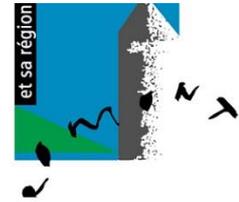


# ROMONT RÉGION

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT  
RAPPORT ANNUEL 2016



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

## Table des matières

Table des matières .....	2
Introduction.....	3
Mot du président.....	3
Organisation et administration .....	4
La Société de Développement de Romont et sa région .....	4
Reconnaissance cantonale de la SDR .....	4
Renouvellement du Label Qualité Q1 .....	4
Comité .....	5
Membres .....	5
L'Office du Tourisme de Romont et sa région.....	6
Bilan du tourisme en Glâne en 2016 .....	7
Les principaux prestataires touristiques .....	7
L'hébergement et les taxes de séjour .....	7
Nuitées 2016 .....	7
Taxes de séjour locale et régionale .....	9
Les activités de l'Office du Tourisme en 2016.....	9
Accueil et information.....	9
Marketing et promotion.....	10
Campagnes de promotion .....	11
Web, newsletters et réseaux sociaux.....	11
Médias et annonces publicitaires.....	15
Supports de communication .....	15
Autre actions de promotion .....	17
Gestion et mise en valeur des produits touristiques .....	18
Visites guidées et forfaits .....	18
Forfaits individuels .....	20
Autre produit.....	21
Manifestations et animations .....	21
En tant que membre du comité d'organisation .....	21
Propres animations de l'Office du Tourisme.....	23
Autres activités de l'Office du Tourisme .....	25
Mandats de billetterie.....	25
Participation à deux projets touristiques cantonaux .....	26
Projets divers.....	27

## Introduction

**2016 : une année bien remplie pour les collaboratrices de l'Office du Tourisme de Romont et sa région ! En plus des tâches habituelles de l'Office du Tourisme que sont l'accueil et l'information des visiteurs, le marketing, la gestion des visites guidées et forfaits et la mise en place des animations annuelles ou bisannuelles, de nombreux projets ont été mis en place.**

Relevons notamment la création d'une toute nouvelle brochure, attendue depuis longtemps : « Balade historique au cœur d'une ville médiévale », une brochure incitant les visiteurs à effectuer à pied un itinéraire d'un kilomètre et demi en vieille ville de Romont, à la découverte de ses plus beaux monuments, places et rues. Un document touristique indispensable pour mettre en valeur les richesses historiques de Romont. A noter aussi, la poursuite du projet « Bus Découvertes » avec une nouvelle mouture en 2016 pour visiter les villes de la région et leurs châteaux d'une autre manière, en collaboration avec Moudon et Echallens Tourisme.

Au chapitre de la promotion, impossible de ne pas mentionner la mise en place en novembre dernier de notre nouveau site internet, incontournable pour l'information et la promotion auprès des visiteurs. Un projet de poids pour les ressources humaines et financières du plus petit Office du Tourisme du canton.

Quant aux évènements, ils ont été plus que nombreux : Comptoir de Romont (accueil durant 10 jours), animations à la Tour du Sauvage, organisation et développement de la Fête de St-Jacques, et collaboration active dans l'organisation des 20 Heures de musiques, de la Foire de Printemps, mais aussi et surtout de la Bénichon du Pays de Fribourg, qui a pris possession de la vieille ville de Romont en septembre dernier. Un projet de taille pour une région comme la nôtre, mais dont la portée et les retombées sont significatives et qui a convaincu toute une région : un succès !

Pour terminer, notre implication dans deux projets touristiques cantonaux a également été importante en 2016. Le premier verra en mars la mise en ligne d'une plateforme de tourisme collaboratif qui mettra en relation des visiteurs avec des hôtes de la région et découvrir des activités typiquement fribourgeoises. Le deuxième, porté par un comité de pilotage dont l'Office du Tourisme de Romont a le lead : un site internet qui invitera à la découverte d'une partie du riche patrimoine sacré, religieux et spirituel de notre canton. L'aboutissement est prévu en mai 2017.

Heureusement, la situation financière de l'Office du Tourisme s'est vue améliorée depuis le 01.01.2016, sans quoi tout ce travail n'aurait pas pu être mis en œuvre. Les réflexions fournies en 2014 et 2015 par le groupe de travail sur l'avenir et la structure de l'Office du Tourisme a porté ses fruits. De nouvelles ressources financières ont été trouvées : les communes glânoises ont augmenté leurs subventions par habitant (+ CHF 3.-), les tarifs des taxes de séjour locales ont été revus à la hausse et nos mandats de billetterie ont été revus et adaptés depuis la saison 2015-2016.

Avant le détail de nos activités et de notre organisation pour l'année 2016, ce rapport commence par un mot de notre président.

## Mot du président

En 2016, une colline d'animations très visibles a été proposée aux nombreux visiteurs. A cela s'ajoutent également de très nombreux travaux invisibles mais indispensables pour la promotion de notre région. Les collaboratrices ont œuvré sans compter leurs heures pour nous offrir des prestations de qualité et appréciées de tous. Je ne peux que les remercier à travers ce petit mot.

En tant que président de la société de développement, je souhaiterais évidemment revivre chaque année le comptoir, les 20 Heures de musiques ou la Grande Bénichon. L'attente de leurs retours en vaut vraiment la peine !

Enfant, j'ai eu la chance de vivre de très belles et festives bénichons à Romont. Je peux vous assurer qu'en 2016, tous mes souvenirs d'enfant me sont revenus en retrouvant toute cette population joyeuse se balancer le long du château ou tourner en rond en musique sur la place de l'Hôtel de Ville. Un tout grand bravo et mes remerciements aux responsables de cette très belle fête populaire.

Si je dois encore retenir un événement en 2016, c'est la très belle programmation à la Tour du Sauvage durant l'été. Pensez à réserver vos places cette année, car de nombreuses personnes en ont fait les frais en 2016.

Avec les sourires des collaboratrices et de la directrice de l'Office du Tourisme, avec l'appui indéfectible des communes de la Glâne et en particulier celui de la ville de Romont, avec le désir du comité d'offrir toutes ses compétences administratives et organisationnelles, je ne peux que me réjouir du futur touristique qui sera proposé à nos visiteurs et également à toute la population de Romont et sa région.

Frédéric Rossier  
Président de la Société de Développement de  
Romont et sa région (SDR)

## Organisation et administration

### La Société de Développement de Romont et sa région

#### RECONNAISSANCE CANTONALE DE LA SDR

A noter également qu'en 2016, la Société de Développement de Romont et sa région devait, comme c'est le cas tous les 5 ans, obtenir un renouvellement de sa reconnaissance cantonale auprès de l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT). Cette reconnaissance la différencie des autres Sociétés de Développement (SD) locales comme celles de Rue et de Siviriez et lui donne la légitimité d'encaisser les taxes de séjour locale et régionale sur la commune de Romont. Les autres communes glânoises n'ayant pas de SD reconnues au niveau cantonal, seule la taxe de séjour y est encaissée par les hébergeurs. Pour rappel, les taxes de séjour sont facturées par la Centrale d'Encaissement de la taxe de séjour administrée par l'UFT et reversées ensuite aux Offices du Tourisme pour financer leurs prestations en faveur des hôtes : activités d'accueil, d'animation et de gestion des produits touristiques.

Un dossier complet a donc été préparé en vue du renouvellement de cette reconnaissance, obtenue en 2011 et dont l'échéance était fixée au 31.12.2016. Nous y avons présenté nos stratégies et visions pour l'avenir ainsi qu'un plan d'activités pour l'année à venir, de même qu'un budget et des projections financières à l'horizon 2021. Ces documents ont été validés par le comité de la SDR avant d'être validés par le comité de l'UFT le 9 novembre 2016 : la SDR est donc officiellement reconnue comme société de développement, selon la Loi sur le Tourisme, pour la période 2017-2021.

#### RENOUVELLEMENT DU LABEL QUALITÉ Q1

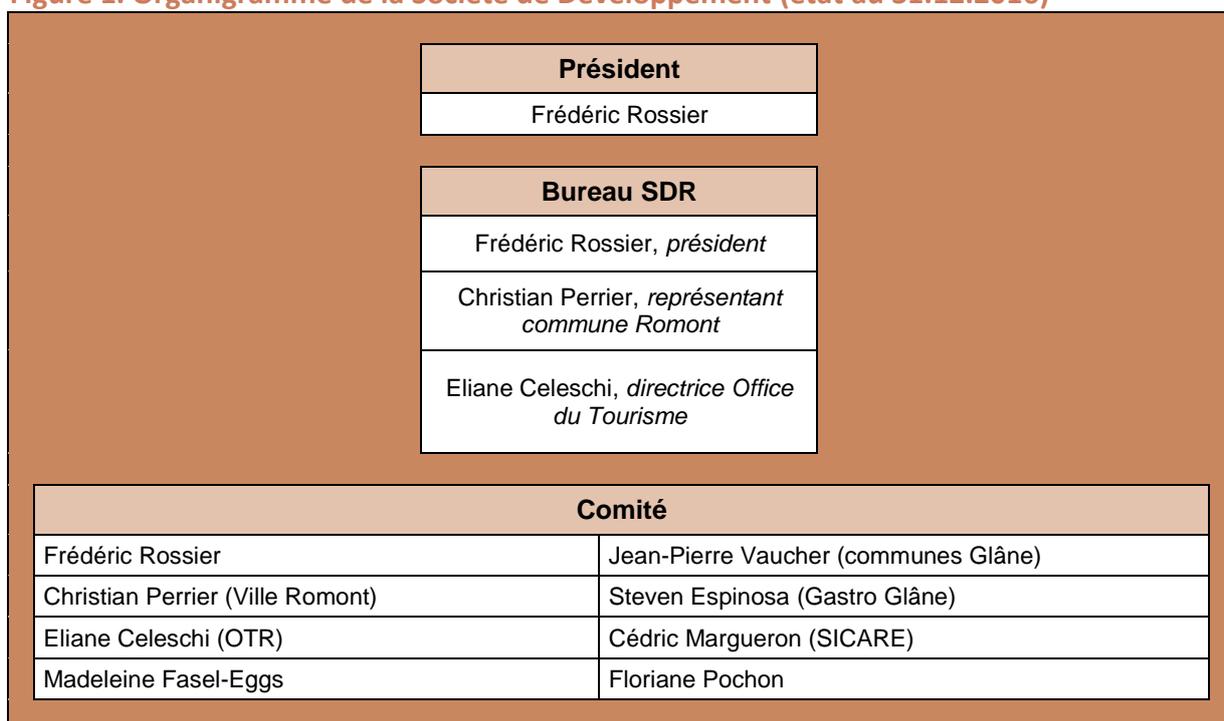
Tous les 3 ans, le label Qualité décerné à l'Office du Tourisme arrive à échéance. L'obtention de ce label est une exigence fixée par l'Union Fribourgeoise du Tourisme. Un coach qualité diplômé étant obligatoire dans chacune des entreprises souhaitant obtenir ce label, la formation a été suivie en

2016 par la directrice. Suite à cela, un dossier complet a été déposé auprès de la Fédération suisse du Tourisme (avec plan d'action, chaîne de prestations, gestion des réclamations, et profil de qualité) et l'Office du Tourisme a ainsi obtenu avec succès son label Qualité Q1 du Tourisme suisse pour la période 2016-2019. A condition toutefois d'envoyer ensuite chaque année le contrôle du plan d'action de l'année précédente et le plan d'action pour l'année suivante.

## COMITÉ

Le comité de la Société de Développement de Romont et sa région, organe stratégique de l'organisation, avait été élu en bloc lors de l'assemblée générale du 20 mai 2015 pour une période de 3 ans. Un seul changement est à noter au sein de ce comité en cours de l'année 2016 : Christiane Pichonnat, représentant Gastro Glâne a été remplacée en cours de mandat par Steven Espinosa, Président de cette association.

**Figure 1. Organigramme de la Société de Développement (état au 31.12.2016)**

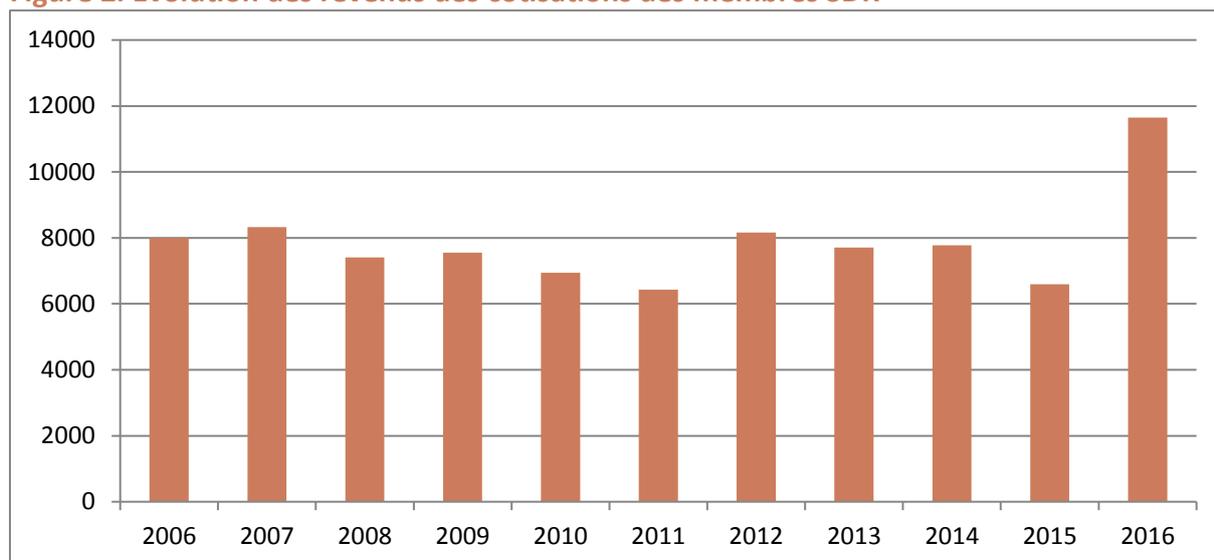


## MEMBRES

En 2016, la Société de Développement compte 148 membres cotisants : 66 membres privés et 82 commerces et entreprises pour un revenu total de CHF 11'650.- ce qui correspond à augmentation de CHF 5'060.- par rapport à 2015 ; cela grâce à l'augmentation des tarifs des cotisations décidée en assemblée 2015 (augmentation de CHF 30.- à CHF 50.- pour les membres privés et de CHF 80.- à 100.- pour les entreprises membres). L'objectif visé par cette augmentation des tarifs est atteint, avec 28 entreprises de plus qu'en 2015. Toutefois, nous observons une diminution de 7 membres privés en 2016.

Nous souhaitons toutefois relever ici qu'il est regrettable que seuls 19 des 148 membres cotisants en 2016 soient des partenaires touristiques directs (restaurateurs, hébergeurs, attractions touristiques).

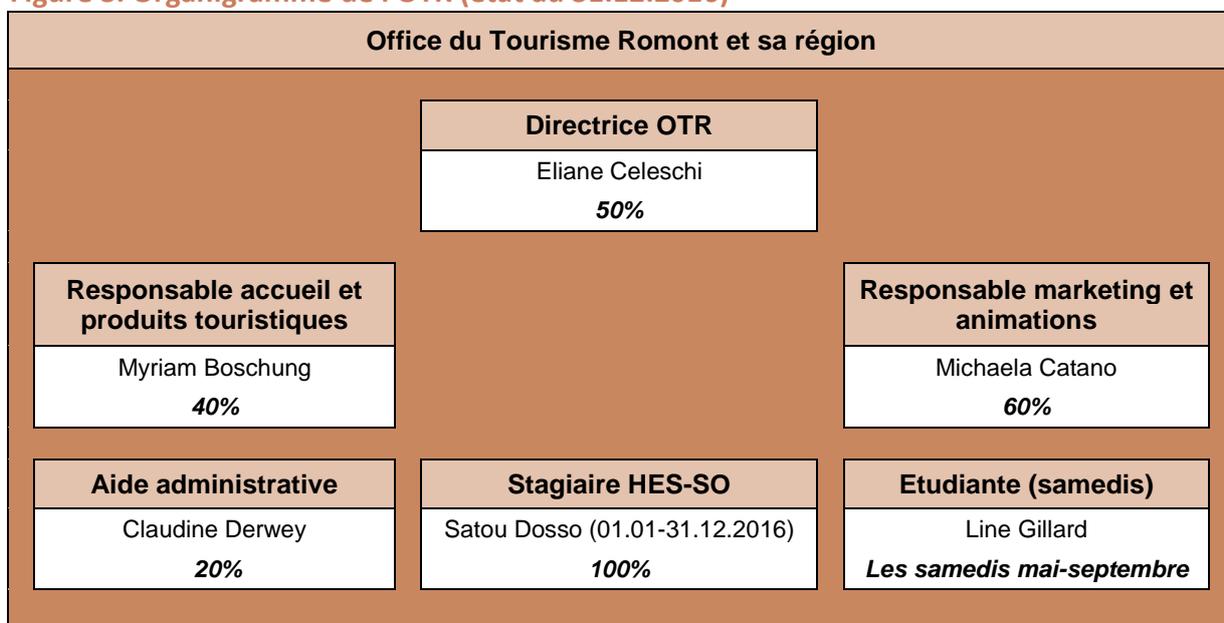
**Figure 2. Evolution des revenus des cotisations des membres SDR**



## L'Office du Tourisme de Romont et sa région

Jusqu'au 31.12.2016, l'équipe de l'Office du Tourisme (OTR) était composée de 4 collaboratrices à temps partiel et une stagiaire de la HES-SO filière tourisme à plein temps. L'équipe a été comme les années précédentes complétée par une étudiante pour les ouvertures du samedi durant la belle saison, et pour quelques évènements ponctuels. Toutefois, pour faire face aux nombreuses activités prévues en 2016, nous sommes passés de 2,5 équivalents plein-temps en 2015 à 2,7 équivalents plein-temps, tout en gardant une marge pour couvrir les heures supplémentaires potentielles. Ce qui était judicieux : l'équivalent d'un 20% supplémentaire a été effectué en heures supplémentaires en 2016 par les différentes collaboratrices

**Figure 3. Organigramme de l'OTR (état au 31.12.2016)**



## Bilan du tourisme en Glâne en 2016

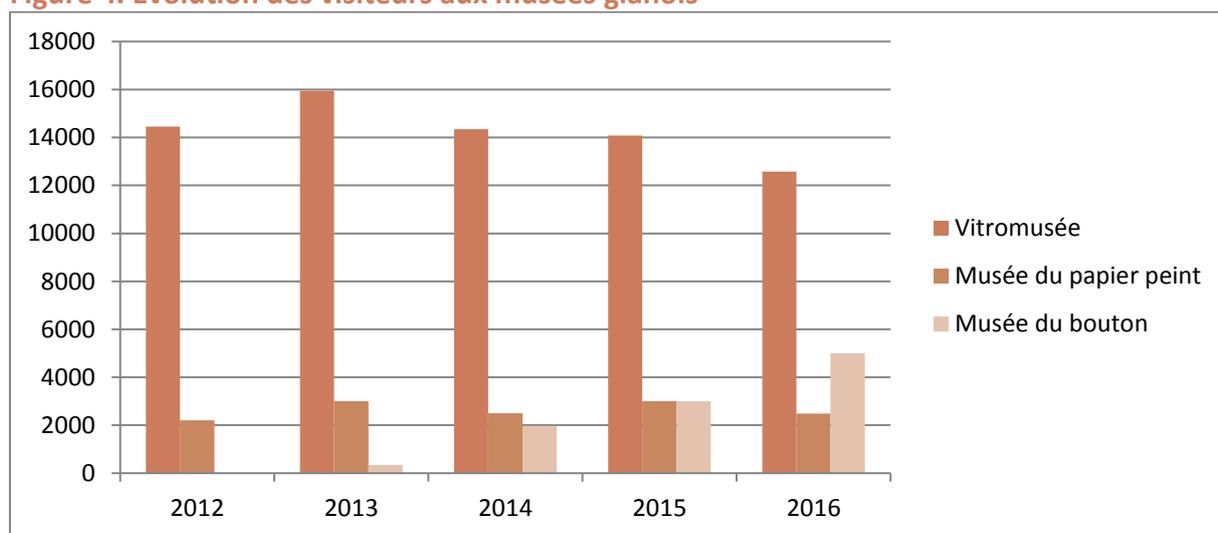
### Les principaux prestataires touristiques

Cette année 2016 n'a pas été la meilleure année pour le Vitromusée Romont et le Musée du papier peint de Mézières. Malgré ses deux magnifiques expositions temporaires : Thierry Boissel « Le vitrail est mort, vive le vitrail » du 5 décembre 2015 au 4 juin 2016 (normalement jusqu'au 10 avril mais prolongée) et Jochem Poensgen « Affinités » du 5 juin au 1<sup>er</sup> novembre, le Vitromusée voit ses visiteurs en constante diminution depuis 2014 (12'573 visiteurs en 2016 contre 14'087 en 2015, année du Vitrofestival).

Quant au Musée du papier peint, il retrouve en 2016 sa fréquentation de 2014 (un peu moins de 2'500 visiteurs, contre 3'000 visiteurs en 2015).

Seul le Musée du bouton tire son épingle du jeu, avec près de 5'000 visiteurs en 2016. Une nette augmentation par rapport à 2015 (+2'000). L'annonce de sa fermeture qui a eu lieu durant l'automne y est-elle pour quelque chose ? Quoiqu'il en soit, ce Musée a désormais fermé ses portes définitivement, ses collections ayant heureusement été reprises par le Musée de la mode à Yverdon. Il est évidemment tout à fait regrettable que ce Musée du bouton qui a ouvert ses portes en 2012 dans la Haute Ferme du Vert Pays à Estévenens-Dessus n'ait pas trouvé un nouvel écrin dans notre région. A noter toutefois que les « petites mains » continuent à travailler en 2017 pour mettre sur pied des expositions itinérantes et des animations (défilés..) dans des EMS de la région.

Figure 4. Evolution des visiteurs aux musées glânois



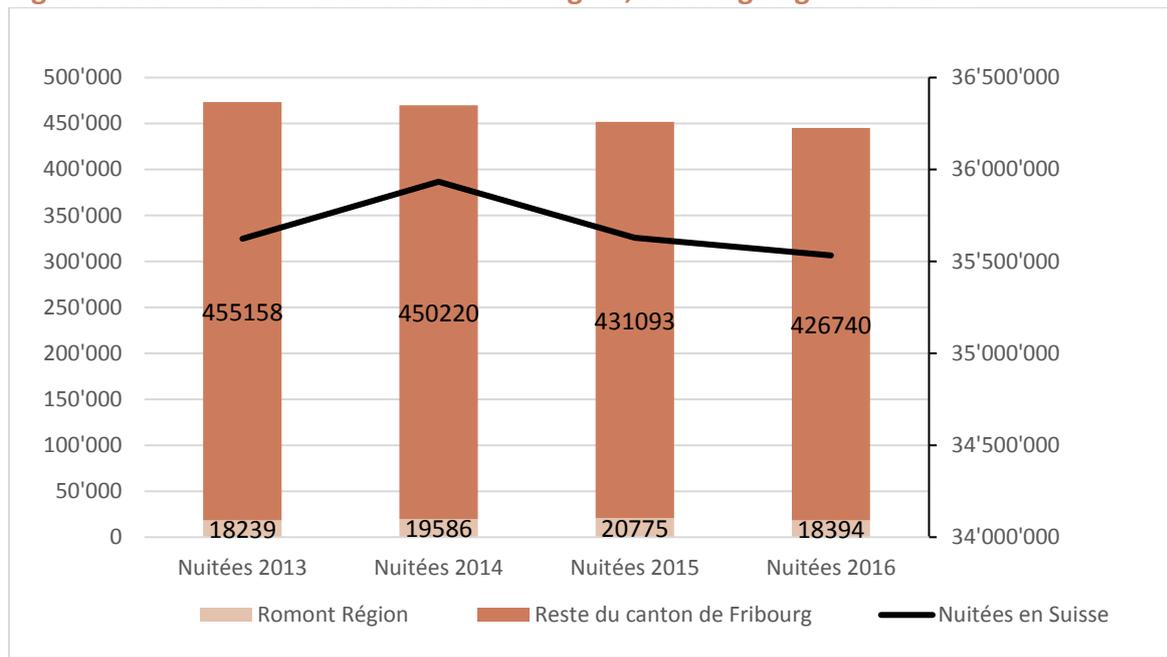
Quant aux prestataires d'activités tels que Le Pied Total et le Bivouac dans les arbres à Villarimboud ou encore le Jardin de la Passion, leur fréquentation en 2016 a été semblable aux autres années.

### L'hébergement et les taxes de séjour

#### NUITÉES 2016

En 2016, la destination Fribourg Région a connu un léger recul des nuitées (-1.49%), mais moindre qu'en 2015 (-3.82%), c'est moins bien que la Suisse de manière générale qui n'affiche qu'un très léger recul de -0.27% en 2016. Romont et sa région enregistré une baisse de 11.46% (-1'931 nuitées) par rapport à 2015. La proportion de nuitées glânoises par rapport aux nuitées cantonales diminue (-0.5 pts) pour revenir à son niveau moyen de 2013-2014 soit environ 4%.

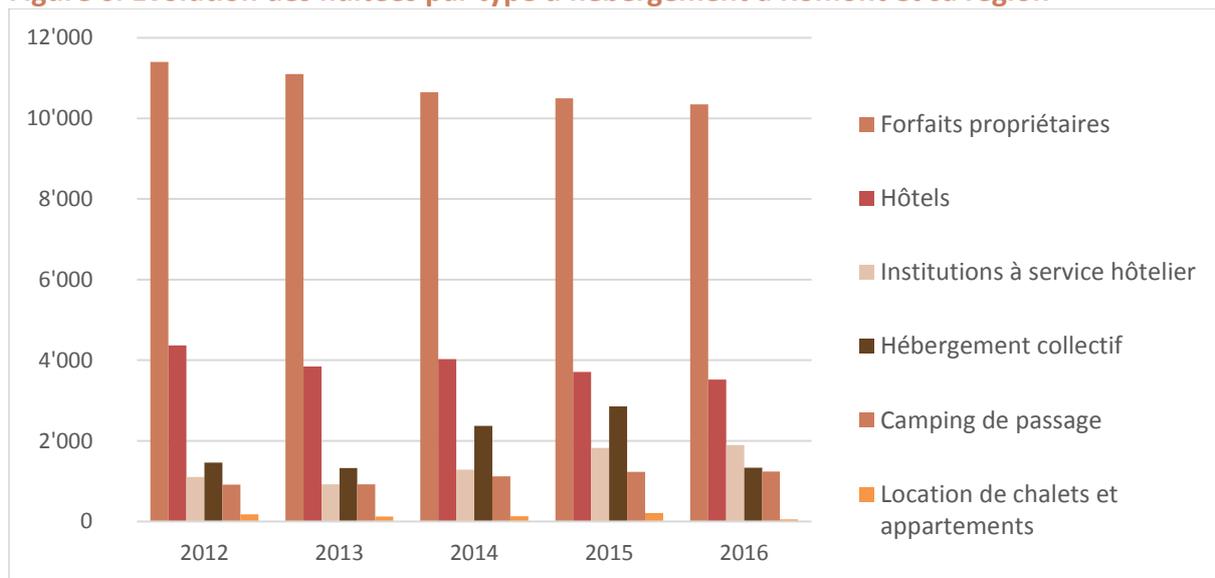
**Figure 5. Evolution des nuitées Romont région, Fribourg Région et Suisse**



En 2016, les hébergeurs de Romont et sa région ont comptabilisé 18'394 nuitées, contre 20'775 nuitées en 2015, soit une diminution de 11.46%. Les nuitées effectives sont au nombre de 8'044, le reste des nuitées (10'350) provenant des forfaits de 150 nuitées/an facturés à une septantaine de propriétaires de résidences secondaires. Cette baisse des nuitées entre 2015 et 2016 s'explique notamment par une baisse des nuitées en hébergements collectifs.

La proportion des nuitées sur la commune de Romont (pour lesquelles sont perçues la taxe locale et régionale) est toujours d'environ 70% contre 30% pour le reste de la Glâne (nuitées pour lesquelles n'est perçue que la taxe régionale).

**Figure 6. Evolution des nuitées par type d'hébergement à Romont et sa région**



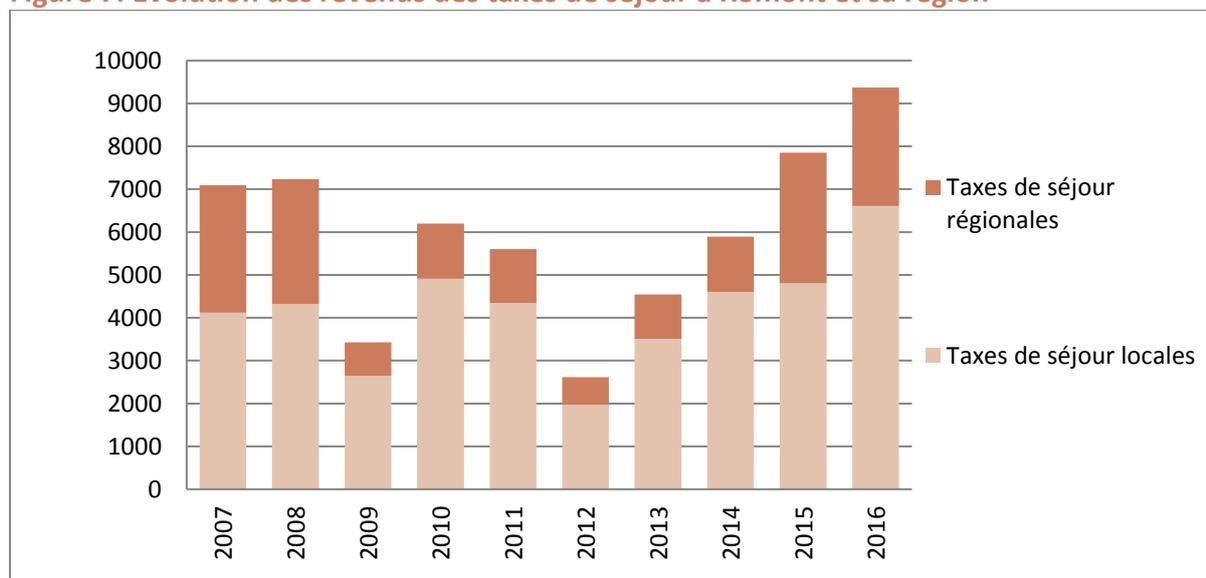
Les forfaits propriétaires sont encore la part la plus importante des nuitées (56%), les nuitées effectives se répartissent ensuite entre les hôtels (19%), les institutions à service hôtelier (ex. chambres d'hôtes,...) 11% dépassent en 2016 les hébergements collectifs (7%), qui accusent une

baisse de 45% par rapport à 2015, vient ensuite le camping de passage (borne euro-relais, bivouac dans les arbres... ) 7%, et la location de chalets et appartements.

### TAXES DE SÉJOUR LOCALE ET RÉGIONALE

Malgré cette diminution des nuitées en 2016, les revenus des taxes de séjour encaissés par l'Office du Tourisme ont augmenté par rapport à 2015 (+ CHF 1'400.-). Ceci s'explique par l'augmentation des tarifs des taxes locales de séjour dès le 01.01.2016.

Figure 7. Evolution des revenus des taxes de séjour à Romont et sa région



## Les activités de l'Office du Tourisme en 2016

### Accueil et information

#### RÉAMÉNAGEMENT DES BUREAUX D'ACCUEIL

En octobre 2016, l'aménagement de l'espace occupé par les bureaux d'accueil de l'Office du Tourisme a été optimisé. Un 4<sup>e</sup> poste de travail a été créé pour répondre aux besoins des collaboratrices et le mobilier adapté en conséquence. La présentation des articles et des brochures proposés aux visiteurs a également subi quelques légères modifications.

#### STATISTIQUES DES VISITES À L'ACCUEIL EN 2016

Selon les statistiques relevées par les collaboratrices de l'Office du Tourisme pour l'Observatoire du Tourisme fribourgeois, le nombre de contacts au guichet et par téléphone est stable par rapport à 2015. Plus de 1'500 groupes, familles ou individuels ont poussé la porte de l'Office du Tourisme ou nous ont appelé.

Plus de 40% de ces demandes sont liées à notre service de billetterie (Bicubic et les Capucins), ce qui correspond aux années précédentes. Les pèlerins sont toujours nombreux à solliciter notre aide pour trouver un logement pour la nuit, ils ont été plus d'une centaine en 2016.

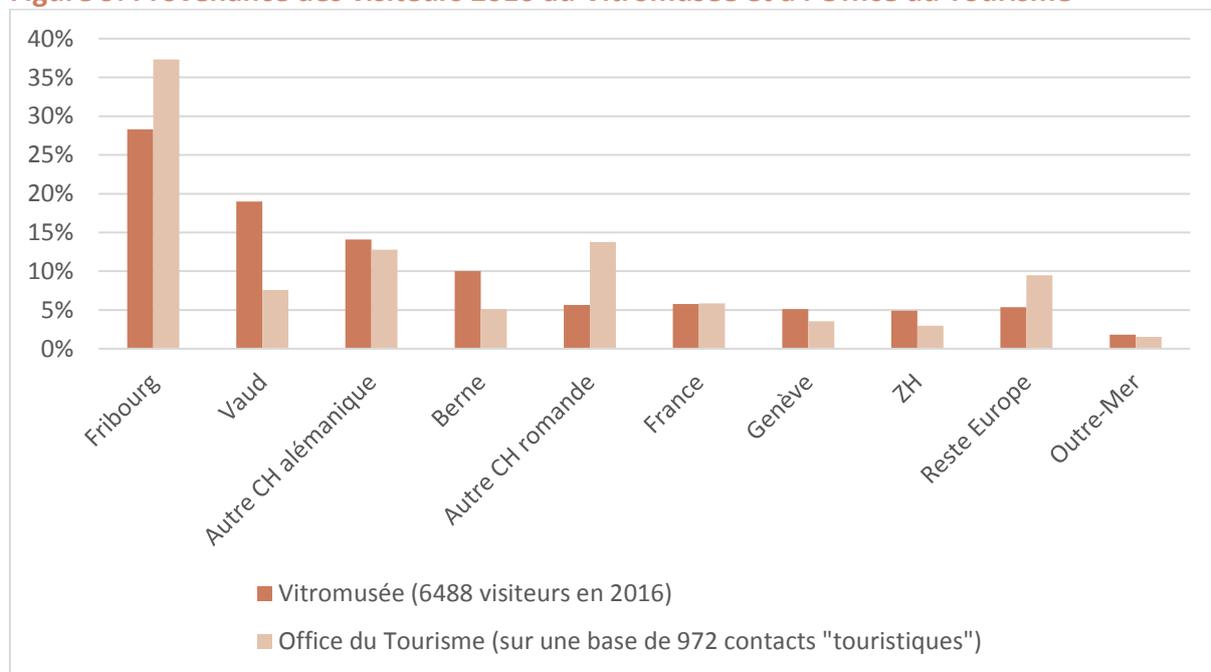
Si l'on regarde de plus près le profil des visiteurs qui passent la porte de l'Office du Tourisme, voici ce qui peut être relevé (à noter que les statistiques de provenance contiennent également tous les contacts billetterie et ne correspondent donc pas exactement au tourisme).

**Figure 8. Profil des visiteurs de l'Office du Tourisme**

Langue	Âge	Provenance
Français : 80%	Entre 45 et 64 ans : 45%	Suisse : 90%
Allemand : 15%	Plus de 65 ans : 25%	France : 4%
Anglais : 4%	Entre 25 et 44 ans : 20%	Allemagne : 2%
Autre : 1%	Familles et jeunes : 10%	Autres pays : 4%

Si l'on supprime les contacts « billetterie », on peut comparer la provenance des visiteurs avec les statistiques relevées par le Vitromusée Romont. Le graphique ci-dessous présente la répartition des visiteurs par provenance (en % des visiteurs totaux). On remarque une forte cohérence, malgré quelques légères différences, dont une part plus importante des visiteurs fribourgeois à l'Office du Tourisme qu'au Vitromusée, et une part moindre des visiteurs vaudois. Ces différences peuvent s'expliquer par le fait qu'un certain nombre des utilisateurs des services de l'Office du Tourisme ne sont pas réellement des touristes ou des excursionnistes, mais ils peuvent également être des habitants de la région qui y viennent rechercher des renseignements simples sur la ville de Romont (indication de direction, etc.).

**Figure 9. Provenance des visiteurs 2016 au Vitromusée et à l'Office du Tourisme**



## Marketing et promotion

Romont et sa région misent sur plusieurs canaux de communication pour une visibilité de ses offres et notamment de son Vitromusée : campagnes de promotion nationales et internationales en collaboration avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme et Suisse Tourisme, présence en ligne grâce à son site internet [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch), à l'envoi de newsletters et aux réseaux sociaux, présence médiatique (communiqués de presse et envoi d'agendas, mais également publication d'annonces publicitaires dans différents journaux) mais également promotion par le biais de brochures et feuillets distribués largement. En 2016, l'OTR a également été présent au Comptoir de Romont, rendez-vous bisannuel de proximité ; soutenu comme à son habitude l'adhésion du Vitromusée à l'association de promotion Léman Sans Frontières ; et envoyé une newsletter à plus de 20'000 contacts par le biais de la plateforme d'événements de Suisse romande tempslibre.ch.

## CAMPAGNES DE PROMOTION

### CAMPAGNE DE PROMOTION SUR LE TERRITOIRE NATIONAL

La participation à la campagne de promotion sur le marché suisse, pour un budget cantonal global de CHF 620'000.- a coûté à Romont CHF 30'000.-, le Fonds cantonal de marketing coordonné prenant en charge également CHF 30'000.- de notre investissement. Comme habituellement, les actions ont été diverses et sur plusieurs canaux de communication :

- du sponsoring à la télévision (« Votre soirée » RTS et SF1)
- un encartage d'une brochure présentant les différentes offres des régions dans l'Illustré (FR-DE) et le Schweizer Familie (portée plus de 1,5 millions de personnes)
- des annonces publicitaires dans différents supports (tels que la NZZ, le Schweizer Familie, le Schweizer Landliebe, le Schweizer Illustrierte, l'Illustré, le Magazine Loisirs.ch été, le Bel Été ou encore FriStyle)
- Du marketing en ligne (annonces/bannières/skyscrapers) sur Illustre.ch, le site internet de Suisse Tourisme, des CFF, du 20 Minutes et du 20 Minuten, ainsi que diverses bannières sur différents sites (PPN)
- Une campagne sur les réseaux sociaux, par l'intermédiaire d'une agence.

Avec plusieurs dizaines voire plusieurs centaines de milliers de personnes touchées par chacune de ces actions, c'est tout le pays qui a entendu parler de Fribourg Région en 2016, et plus particulièrement de son Vitromusée, mis en avant dans la brochure et les annonces publicitaires.

Figure 10. Annonce "Goûtez l'été à Fribourg Région" utilisée pour la campagne suisse 2016



## WEB, NEWSLETTERS ET RÉSEAUX SOCIAUX

### NOUVEAU SITE INTERNET DÈS NOVEMBRE 2016

Un changement majeur est intervenu en 2016 pour l'Office du Tourisme de Romont et sa région, et plus particulièrement pour sa visibilité en ligne. En effet, depuis le mois de novembre dernier, le site internet [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch) a fait peau neuve, comme celui de tous les organes touristiques du canton de Fribourg, y compris bien sûr la plateforme cantonale, [www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch), qui présente le contenu de chacune des destinations fribourgeoises.

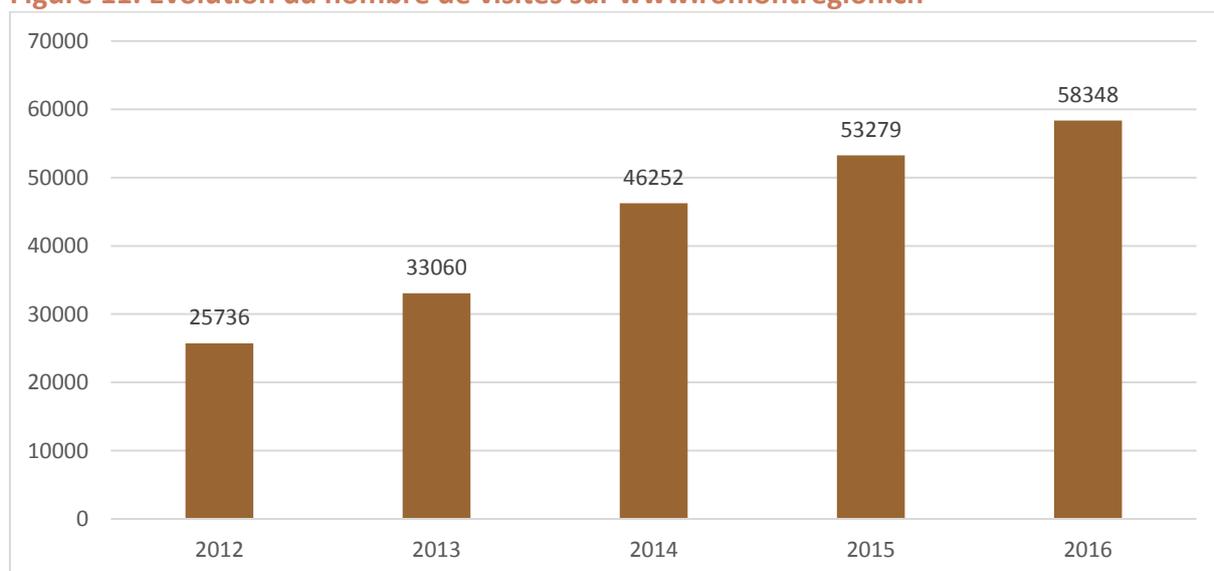
La mise en ligne de ce nouveau site internet a été un travail très conséquent pour le plus petit Office du Tourisme du canton que nous sommes. Mais le résultat est au rendez-vous.

Un changement majeur de paradigme a été amorcé par les destinations fribourgeoises. Leurs sites internet misent dorénavant davantage sur les images et les propositions d'activités s'adaptent au profil et aux envies des visiteurs. Ainsi, grâce aux articles sur lesquels le client va cliquer ainsi qu'aux éventuelles préférences qu'il aura mentionnées (culture/sport/etc), la plateforme leur proposera des activités et des offres touristiques adaptées à ses besoins. De la même manière, la page d'accueil du site internet propose toute une série de « suggestions » d'activités, qui s'affichent de manière aléatoire en fonction de ses préférences. Ce changement de paradigme et la disparition sur la page d'accueil des « rubriques » traditionnelles peut avoir l'inconvénient d'apporter une confusion aux clients, mais l'interface est très attrayante et le rendu très agréable. Ceci est également dû au fait que la plateforme fait la part belle aux images et aux visuels, des éléments-clés pour la promotion.

#### STATISTIQUES DES VISITES SUR LE SITE INTERNET

En raison du changement de site internet mi-novembre, les **statistiques** (Google Analytics) des visites sur [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch) en 2016 ont dû être réévaluées. En effet, des chiffres manquaient pour les mois de novembre et décembre. Nous nous sommes donc basés sur les visites moyennes des 10 premiers mois de l'année 2016 (sauf septembre dont les chiffres sont faussés par la Grande Bénichon), et avons pu estimer qu'en 2016, le site aurait obtenu un nombre de visites de près de 10% supérieur à celui de l'année passée, avec environ 58'000 visites en 2016 contre 53'000 en 2015. Voici l'évolution des visites de 2012 à 2016 en fonction de ce qui précède.

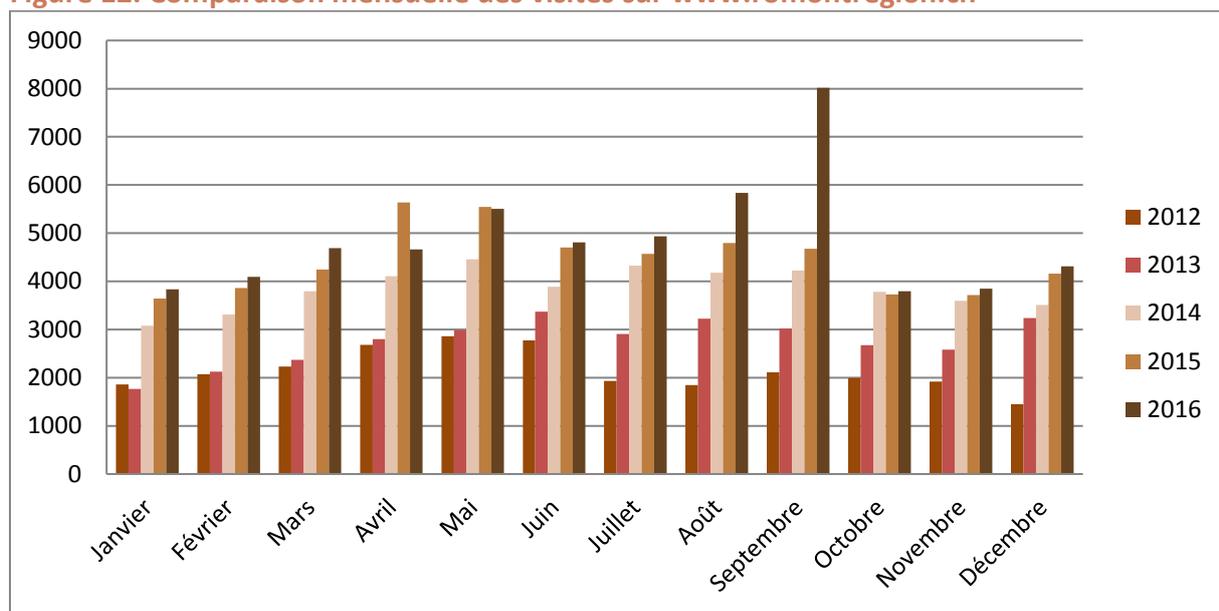
**Figure 11. Evolution du nombre de visites sur [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)**



Les statistiques mensuelles sont également parlantes, puisque chaque mois de l'année 2016 a vu un nombre plus important de visites qu'en 2015, exception faite du mois d'avril. Le mois d'avril 2015 avait en effet vu une forte affluence sur [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch), en raison du Vitrofestival, évènement bisannuel dont la prochaine édition aura lieu les 22-23 avril 2017.

On peut noter une nette augmentation des visites sur le site internet en septembre, avec un total de plus de 8'000 visites pour ce mois, ce qui représente presque le double des visites mensuelles moyennes. Ce nombre important de visites est dû à l'organisation de la Grande Bénichon du Pays de Fribourg à Romont, une édition exceptionnelle qui a attiré une grande foule. De plus, le mois de septembre 2016 était celui des 20h de musiques, manifestation bisannuelle, qui rencontre toujours un beau succès.

**Figure 12. Comparaison mensuelle des visites sur [www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)**



#### PROFIL DES VISITEURS DE [WWW.ROMONTREGION.CH](http://WWW.ROMONTREGION.CH)

Les visiteurs suisses sont toujours largement plus nombreux, mais leur part a augmenté en 2016, passant de 82% en 2015 à 90%. Comme en 2015, les visiteurs suisses viennent principalement du canton de Vaud, Zurich et Fribourg (33%, 23% et 21%), viennent ensuite les cantons de Genève et Berne avec environ 5% chacun puis Neuchâtel, Bâle-Ville et Lucerne (un peu plus de 1%).

Les visiteurs français sont toujours les premiers visiteurs étrangers (3%), suivis des Allemands (1.5%) et divers pays se partagent, à parts plus ou moins égales, les 5.5% restants : Etats-Unis, Angleterre, Belgique, Brésil, Italie, Espagne et Canada.

#### PAGES LES PLUS VISITÉES

Les 10 pages les plus visitées sur le site [romontregion.ch](http://romontregion.ch) en 2016, sans prendre en compte la page d'accueil, sont toujours les hébergements et les restaurants. A noter la présence dans ce top10 de la page « Bénichon » et du « Comptoir de Romont ». Les manifestations sont toujours un élément très recherché également :

1. **Hébergements** : 7'184 pages vues
  - a. **Chambres d'hôtes et tables d'hôtes** : 2'808 pages vues
  - b. **Hôtels – auberges** : 2'780 pages vues
  - c. **Hébergements pèlerins** : 1'596 pages vues
2. **Restaurants** : 6'657 pages vues
3. **Bénichon** : 6'190 pages vues

4. **Calendrier des manifestations** : 5'922 pages vues
5. **Manifestations principales** : 3'351 pages vues
6. **Randonnées pédestres** : 2'811 pages vues
7. **VTT** : 2'174 pages vues
8. **Excursions et curiosités** : 1'639 pages vues
9. **Comptoir de Romont** : 1'392 pages vues
10. **Musées et galeries** : 745 pages vues

#### NEWSLETTERS

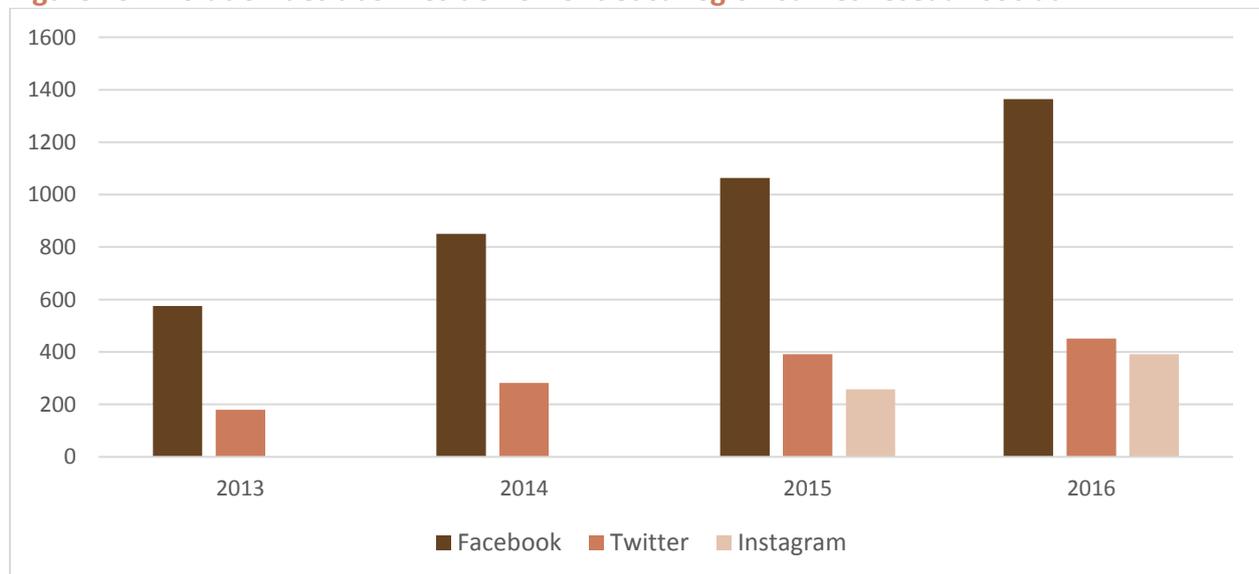
Au total 8 newsletters ont été envoyées en 2016 par l'Office du Tourisme. Quatre d'entre elles étaient destinés à plus de 4000 privés, et ont obtenu un taux d'ouverture variable, entre 22% et 71% d'ouverture. Dans le but d'attirer des groupes, trois newsletters ont été envoyées à plus de 1000 prestataires touristiques ou autre cibles potentielles telles que les communes ou les paroisses. Si les deux premières ont bien fonctionné avec un taux d'ouverture de près de 70% à 80%, la newsletter du mois d'août fût un échec avec un taux d'ouverture de seulement 11%.

A l'occasion de la Bénichon du pays de Fribourg et des 20 Heures de Musiques qui ont eu lieu en septembre, l'OTR a envoyé une newsletter payante via Temps Libre, qui vise un public beaucoup plus large. Voir le chapitre « Autres actions de promotion ».

#### RÉSEAUX SOCIAUX

Notre stagiaire de la Haute Ecole de Gestion et Tourisme de Sierre a géré nos pages sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Instagram. En 2016, 300 personnes supplémentaires ont aimé notre page Facebook, 60 personnes de plus se sont abonnées à notre compte Twitter et environ 130 personnes supplémentaires se sont abonnées à notre compte Instagram, ce qui nous permet d'atteindre au 31.12.2016 un total de plus de 2'200 abonnés, tous réseaux sociaux confondus (augmentation de près de 30% en une année).

**Figure 13. Evolution des abonnés de Romont et sa région sur les réseaux sociaux**



De manière générale, les jolies photos de la région et les vidéos fonctionnent toujours bien et ont un taux de réaction (partages, commentaires, j'aime) plus important. Certains posts Facebook ont été vus plusieurs milliers de fois en 2016, il s'agit notamment de l'annonce « J-2 avant le carnaval », accompagné d'une photo (qui a généré près de 200 réactions : 7'767 personnes atteintes, 152 j'aime et 41 partages). La vidéo de la fanfare de Romont jouant sur le voltigeur lors de la Bénichon a également eu un très bon succès (5'334 personnes atteintes, 2'185 personnes l'ont vue, et une

septantaine de j'aime). La Fête du vin cuit et le Tour de Romandie ont également eu une belle portée (6'159 personnes pour la première, 3'113 pour le second).

## **MÉDIAS ET ANNONCES PUBLICITAIRES**

Notre présence dans les médias en 2016 a été étroitement liée aux événements qui se sont déroulés dans notre région durant l'année : de nombreux et jolis articles sur la Bénichon du mois de septembre, les 20 Heures de musiques ou encore le Comptoir de Romont. La Tour du Sauvage bénéficie également toujours d'une certaine présence médiatique. Les communiqués de presse ont souvent été complétés par des annonces publicitaires payantes dans les journaux ou sur RadioFR, comme pour les expositions temporaires du Vitromusée, les animations à la Tour du Sauvage ou encore la Fête de St-Jacques.

Nos offres forfaitaires pour les groupes ont également été mises en avant par des annonces payantes dans des magazines d'excursions pour les groupes : Bus Jahrbuch et Auf Reisen.

## **SUPPORTS DE COMMUNICATION**

### **ROMONT : BALADE HISTORIQUE AU CŒUR D'UNE VILLE MÉDIÉVALE**

Le grand changement survenu en 2016 du côté des imprimés de l'Office du Tourisme de Romont et sa région, c'est la création d'une toute nouvelle brochure : « Romont : Balade historique au cœur d'une ville médiévale ».

Les visiteurs intéressés par le patrimoine historique et médiéval du chef-lieu glânois recevaient jusque-là gratuitement un descriptif historique simple en français, sans images ni traductions. Il y avait un réel manque pour l'accueil des touristes. Les objectifs de la création de cette brochure étaient multiples :

- Proposer une brochure informative, ludique et attrayante, en 3 langues (FR, DE, EN), avec une attention particulière aux enfants.
- Promouvoir et mettre en valeur les monuments principaux et les richesses historiques de la ville
- Inciter les visiteurs et les habitants de la région à parcourir la vieille ville et les remparts
- Répondre aux questions historiques des visiteurs sur la ville de Romont
- Faire découvrir les changements de la vieille ville de Romont au cours de l'histoire par des photos anciennes

Le résultat : une très jolie brochure A5 de 28 pages qui invite à la balade en vieille ville de Romont pour partir à la découverte d'un peu moins de 20 monuments et lieux historiques : château, Hôtel de ville, Maison St-Charles, Remparts, tours médiévales, etc. Une balade d'une heure 30 environ (qui peut aller jusqu'à 2, voire 3 heures en fonction de l'intérêt porté aux monuments) à réaliser à pied, accessible aux poussettes et aux fauteuils roulants en évitant les escaliers.

Des textes soignés rédigés par Madeleine Fasel-Eggs et traduits en allemand et anglais donnent des informations historiques incontournables et de petites anecdotes plus ludiques sur les différents lieux, de jolies photos anciennes et récentes (de Line Gillard, principalement) les illustrent et un joli petit écureuil emblématique de la ville de Romont invite adultes et enfants à la découverte et à la réflexion. Les réponses ainsi qu'un glossaire explicatif de différents termes difficiles et personnages historiques complètent ce document.

Cette brochure a été imprimée à 5'000 exemplaires et est d'ores et déjà très appréciée par les visiteurs, mais également par les habitants de la région et les partenaires.

Figure 14. Reflets de la brochure « Balade historique », p. 14-15.

Les béguines ne prononcent pas de vœux, telles les religieuses, mais promettent humilité, chasteté et obéissance. Elles peuvent quitter le béguinage à tout moment. Indépendantes, elles étaient suspectes aux yeux des autorités.

Im Gegensatz zu Ordensschwwestern gaben die Beginen kein Gelübde ab, versprachen aber Demut, Keuschheit und Gehorsamkeit. Sie konnten jederzeit die Gemeinschaft verlassen. Als unabhängige Frauen waren sie der Behörde ein Dorn im Auge.

The Beguines did not take any vows like other religious orders but were committed to humility, chastity and obedience. They could leave the beguinage at any time. Independent, they were looked upon with suspicion by the authorities.



On disait que les blanchisseuses venant à la fontaine blanchissaient le linge et noircissaient les réputations!

Die Waschweiber trafen sich hier am Brunnen und taten, was sie am besten konnten: waschen und tratschen.

Women used to come not only to wash their laundry at the fountain but also to gossip.

**9**

### TOUR DES BEGUINES

Les béguines sont des femmes qui vivent de manière indépendante, tout en formant une communauté religieuse laïque. A Romont, elles accueillent les religieux voyageurs de divers ordres, dans une maison qui n'existe plus.

La Tour a certainement fait partie de la première enceinte de la ville. Reconstituée après l'incendie de 1589, elle est utilisée comme grenier jusqu'au milieu du 19<sup>e</sup> siècle et a ensuite servi de latrine, de cuisine militaire et d'atelier; elle abrite actuellement des salles de cours.

Beginen waren Frauen, die, obwohl sie „säkular“ Religionsgemeinschaften gründeten, sehr unabhängig lebten. In Romont empfingen sie in einem Haus, das heute nicht mehr existiert, Reisende verschiedener religiöser Orden.

Der Turm gehörte möglicherweise zum ersten Teil der Stadtmauer. Nach dem Brand von 1589 wiederaufgebaut, diente er bis Mitte des 19. Jh. als Kornkammer und danach als Molkerei, Militärküche und Werkstatt. Heute befinden sich darin Räumlichkeiten für die Schule.

The Beguines were a group of independent women who formed a secular religious community and welcomed travellers from various religious orders to their foyer in Romont. This no longer exists.

The tower was probably one of the town's first constructions. It was rebuilt after having been destroyed by fire in 1589 and was used as a granary until the mid 19th century. Later it served as a dairy, a military kitchen and workshop classrooms are currently housed there.

**10**

### PLACE ST-JACQUES

Le Chemin de Compostelle conduit, à travers toute l'Europe, au tombeau de saint Jacques le Majeur, dans la cathédrale de Saint-Jacques-de-Compostelle. Romont se situe à 2000 km de cette ville de Galice (Espagne). De nombreux pèlerins, partis d'Europe orientale ou d'Allemagne, font halte ici. La Place St-Jacques doit son nom à l'Auberge du Saint-Jacques (aujourd'hui: la Poste) qui accueillit pèlerins et voyageurs entre le 16<sup>e</sup> siècle et 1956. Une niche (à l'extrémité de l'abribus) protège une statue du saint, œuvre du sculpteur français Georges Jéanlos.

Der Jakobsweg führt durch ganz Europa bis zum Grab des Heiligen Jakobs, das sich in der Kathedrale von Santiago von Compostela befindet. Romont ist 2000 km von dieser Galizischen Stadt (Spanien) entfernt. Viele Pilger aus Osteuropa oder Deutschland übermachten in unserer Stadt. Der St. Jakobplatz verdankt seinen Namen der Unterkrift „Auberge du Saint-Jacques“ (heute: die Post), die zwischen dem 16. Jh. und 1956 Pilger und Reisende empfing. Eine Nische (am Ende des Busunterstandes) beherbergt eine Statue des Heiligen, ein Kunstwerk des französischen Bildhauers Georges Jéanlos.

The St James Compostela way leads across Europe to the tomb of St James the Greater in the cathedral of Santiago de Compostela. Romont is 2,000 km from this city in Galicia (Spain). Numerous pilgrims leaving from eastern Europe or Germany stop here. The St-Jacques Square owes its name to the Auberge du Saint-Jacques (today: the Post) which welcomed pilgrims and travellers between the 16th century and 1956. A niche (at the end of the bus shelter) houses a statue of the Saint created by the French sculptor Georges Jéanlos.





Place St-Jacques - 1990

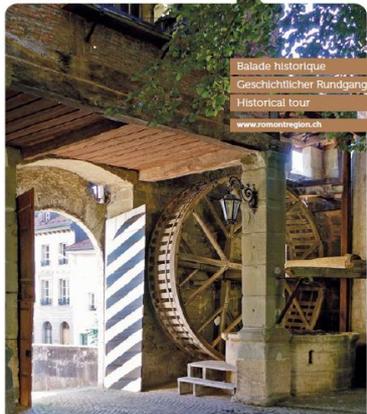
14

### AUTRES BROCHURES DE ROMONT ET SA RÉGION

La brochure « Balade historique » vient compléter les autres feuillets de l'Office du Tourisme : le guide des hôtels et restaurants réédité chaque année, et le guide général qui avait été édité en 2015 et pour lequel une nouvelle version sera préparée pour la fin de l'année 2017. Les 15'000 exemplaires de cette dernière ont été presque tous distribués en une année et demie : ceci grâce notamment aux nombreux événements majeurs de 2016 tels que le Comptoir de Romont, la Grande Bénichon du Pays de Fribourg, les 20 Heures de musiques ou encore Estavayer2016. Quant au guide des hôtels et restaurants, 8'000 exemplaires ont été donnés en 2016 contre 5'000 exemplaires habituellement.

Figure 15. Les brochures de l'Office du Tourisme

**ROMONT**  
AU CŒUR D'UNE VILLE MÉDÉVALE  
IM HERZEN DER MITTELALTERLICHEN STADT  
IN THE HEART OF A MEDIEVAL TOWN



Balade historique  
Geschichtlicher Rundgang  
Historical tour  
www.romontregion.ch

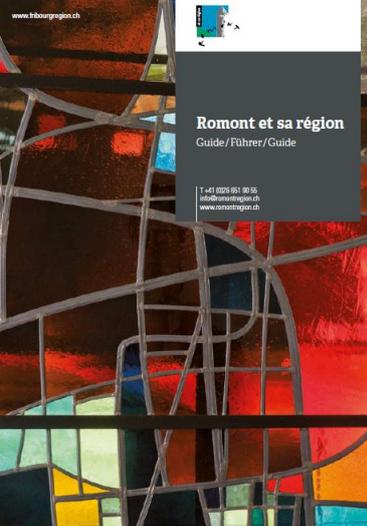
www.romontregion.ch



**Romont et sa région**  
Guide / Führer / Guide 2016  
Hotels & Restaurants

T +41 (0)26 61 91 95  
info@romontregion.ch  
www.romontregion.ch

www.romontregion.ch



**Romont et sa région**  
Guide / Führer / Guide

T +41 (0)26 61 91 95  
info@romontregion.ch  
www.romontregion.ch

16

A noter que le Corporate Design (graphisme) des brochures des organes touristiques de tout le canton de Fribourg a été modifié en 2016. Ainsi, la « Balade historique » arbore fièrement le nouveau design, contrairement au guide des hôtels et restaurants et au guide touristique général de Romont région. Ces deux brochures seront adaptées à ce nouveau graphisme dès leur prochaine édition.

#### LISTES ET FEUILLETS COMPLÉMENTAIRES

Chaque début d'année, l'Office du Tourisme remet à jour les informations relatives aux hébergements et aux possibilités de restauration, pour le guide des hôtels et restaurants, pour le site internet, mais également pour la création de la brochure « hébergements pour pèlerins », très utile aux pèlerins de St-Jacques de Compostelle pour trouver une chambre pour la nuit lors de leur arrivée à Romont ou en avance pour préparer leur voyage.

De plus, nous proposons aux visiteurs venant en groupe un feuillet très apprécié : la liste des menus et apéritifs pour les groupes, proposée en collaboration avec les restaurateurs et traiteurs de la région. Cela permet aux visiteurs de prévoir leur journée au complet, en y intégrant un repas, apéritif ou goûter sans devoir contacter directement tous les prestataires lui-même.

### AUTRE ACTIONS DE PROMOTION

#### NEWSLETTER TEMPSLIBRE.CH DU 31 AOÛT 2016

Au vu des manifestations importantes qui ont rythmé l'automne à Romont et sa région, l'Office du Tourisme a pour la première fois tenté l'expérience d'envoyer une newsletter payante via Tempslibre.ch. Plus de 21'000 adresses ont ainsi été utilisées, soit 5 fois plus que nos newsletters habituelles. Plus de 3500 personnes ont ouvert cette newsletter, pour un taux d'ouverture d'un peu moins de 20%, ce qui reste relativement bon étant donné qu'il s'agit de personnes qui ne se sont pas spécifiquement inscrites pour recevoir des informations de Romont Région. Près de 350 personnes ont cliqué sur l'un des articles, ce qui donne un excellent taux de conversion de 8.84%, taux qui est en moyenne plutôt de 2%. Cette newsletter a par conséquent porté ses fruits.

La Bénichon du Pays de Fribourg a naturellement été le thème phare de cette newsletter intitulée « Traditions et culture cet automne dans la région de Romont ». Mais nous avons bien sûr profité de cette large visibilité pour promouvoir d'autres événements et offres culturelles. Voici les statistiques des différents articles de cette newsletter.

**Tableau 1. Statistiques (clics) des articles de la newsletter Tempslibre.ch du 31.08.2016**

Articles	Clics	Ratio
Bénichon du Pays de Fribourg	137	28%
20 Heures de musiques	53	11%
Marchés du soir Rue	46	9%
Bicubic : Wilson chante Montand	32	7%
Capucins : Thierry Lang Trio	22	5%
Expo temporaire Musée du papier peint	16	3%
Expo temporaire Vitromusée	14	3%
Liens tempslibre.ch (recherche concerts, promos, expositions, etc.)	167	34%
<b>Total clics</b>	<b>487</b>	<b>100%</b>

#### LÉMAN SANS FRONTIÈRE

Par son statut de membre (financé en collaboration entre l'Office du Tourisme, le Vitromusée Romont et la Société des Amis du Vitromusée), le Vitromusée fait partie de toute la communication

de l'association Léman Sans Frontière. Il est présent sur les sets de table tirés à 500'000 exemplaires et les guides annuels tirés à 300'000 exemplaires et distribués dans toutes les régions partenaires, en Suisse et en France : Offices du Tourisme, partenaires touristiques, hôtels, etc. et lors de salons de promotion sur lesquels l'association est présente.

De plus, en 2016, à l'occasion de ses 25 ans, Léman Sans Frontière a mis en place des EDUCTOURS. Il s'agit de journées de découverte des sites partenaires, qui permettent de présenter aux collaborateurs de chacun des 40 sites touristiques membres les autres sites. En 2016, le Vitromusée et la région de la Glâne faisaient partie du programme. Un impact positif car le personnel d'accueil des autres sites est sollicité par les clients pour découvrir d'autres lieux. Par ailleurs, l'assemblée générale d'automne de Léman Sans Frontière s'est déroulée à Romont, dans la salle de l'hôtel de Ville ainsi qu'au Vitromusée.

#### **COMPTOIR DE ROMONT**

L'équipe au complet de l'Office du tourisme a tenu une nouvelle fois le stand d'information du Comptoir de Romont. L'occasion en plus de renseigner les visiteurs sur les informations pratiques relatives au Comptoir, de mettre en avant pendant une dizaine de jours les événements principaux de l'année ainsi que les multiples activités proposées en Glâne. Une autre approche des visiteurs régionaux pour leur présenter les nouveautés. Un concours a été spécialement mis sur pied sur le thème de la Bénichon, dans le but de récolter de nouveaux abonnés à notre newsletter et de faire la promotion de l'évènement. 709 personnes ont participé à ce concours et parmi elles 135 nouveaux abonnés ont été enregistrés, soit presque 20% des participants.

#### **PRÉSENCE AVEC UN STAND À LA BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG**

Pour présenter la région aux très nombreux visiteurs de la Bénichon du Pays de Fribourg qui s'est tenu à Romont du 9 au 11 septembre 2016, l'OTR et l'UFT se sont unis pour tenir un stand au marché du terroir fribourgeois. L'occasion pour l'OTR de présenter la brochure « Balade historique » toute fraîchement sortie de presse, et de renseigner les visiteurs sur les nombreux atouts de notre région.

#### **SALON DES VACANCES DE GENÈVE REPORTÉ**

A l'origine, il était prévu que l'Office du Tourisme de Romont et sa région soit présent avec un stand promotionnel au Salon des Vacances à Genève au mois de novembre 2016 afin de présenter durant 3 jours nos offres et nos produits. Malheureusement, par manque d'inscriptions, ce salon touristique a dû être annulé. L'Office du Tourisme s'est donc inscrit au Salon des Vacances prévu à Berne en janvier 2017. Notre participation à ce salon sera détaillée dans le rapport annuel 2017.

## **Gestion et mise en valeur des produits touristiques**

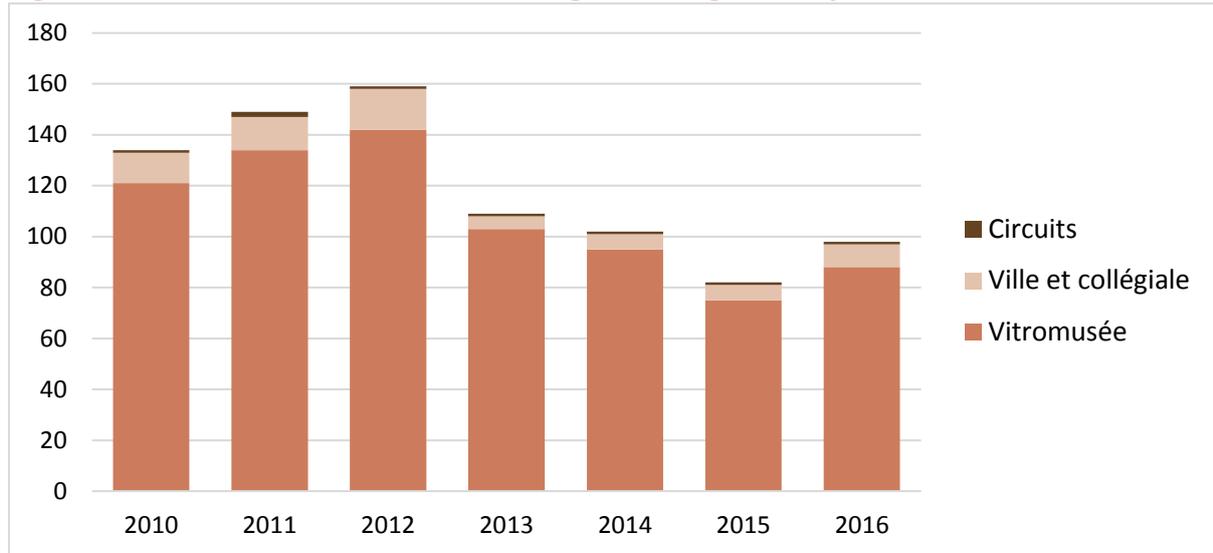
---

### **VISITES GUIDÉES ET FORFAITS**

Comme chaque année, notre petite équipe de guides (fr, all) a commenté des visites du Vitromusée (1h ou 1h30), de la ville de Romont (1h ou 1h30), de la Collégiale Notre-Dame de l'Assomption (30minutes) ou du circuit du vitrail (2h30), en général parcouru en voiture ou en bus par les groupes de visiteurs accompagnés de l'une de nos guides.

En 2016, 1274 personnes ont profité d'une ou plusieurs visites guidées à Romont, soit 69 groupes (sans compter les visites guidées publiques proposées gratuitement chaque dernier dimanche du mois). Cela représente une diminution de 6 groupes mais une augmentation de 12 visites guidées par rapport à 2015. Les tailles des groupes sont stables, avec une moyenne de 20.7 visiteurs par groupes.

Figure 16. Evolution du nombre de visites guidées organisées par l'Office du Tourisme



L'augmentation des visites guidées, malgré le nombre des groupes qui diminue, s'explique du fait que les groupes passent plus de temps dans la région et profitent de plusieurs visites dans une journée. De plus, dans l'organisation de ces journées, on note une augmentation des prestations de bouche (restaurant, boulangerie, traiteur), soit 16 prestations de plus en 2016 qu'en 2015. Environ un tiers des utilisateurs des visites guidées complètent leur journée avec un café-croissant, un repas, un apéritif ou encore un goûter. Une bonne nouvelle pour nos partenaires.

Malgré les efforts de l'Office du Tourisme et du Vitromusée Romont, depuis 2013 le nombre de groupes est en baisse. Le projet de « tourisme collaboratif » qui sera lancé le jeudi 16 mars 2017 par l'Union fribourgeoise du Tourisme en collaboration avec les Jeunes Chambres fribourgeoises et les Offices du Tourisme régionaux permettra peut-être de donner un nouvel élan aux visites guidées grâce à la mise en ligne par nos guides de nouvelles visites guidées thématiques sur les thèmes des vitraux, notamment. L'Office du Tourisme fera un effort tout particulier pour permettre le développement de nouvelles offres thématiques attrayantes pour les visiteurs.

En comparaison à 2015, on note une diminution du nombre de visiteurs sur le mois de mai, mais une augmentation sur le mois de juillet. Le pic de fréquentation des visiteurs se trouve donc sur les mois de juin-juillet et septembre-octobre.

Quant à la provenance des visiteurs, le canton de Fribourg a chuté par rapport aux dernières années. Par contre la part des visiteurs en provenance de Suisse allemande a elle bien augmenté en passant de 20% en 2015 à 36% du total des visiteurs en 2016. Les autres provenances restent stables.

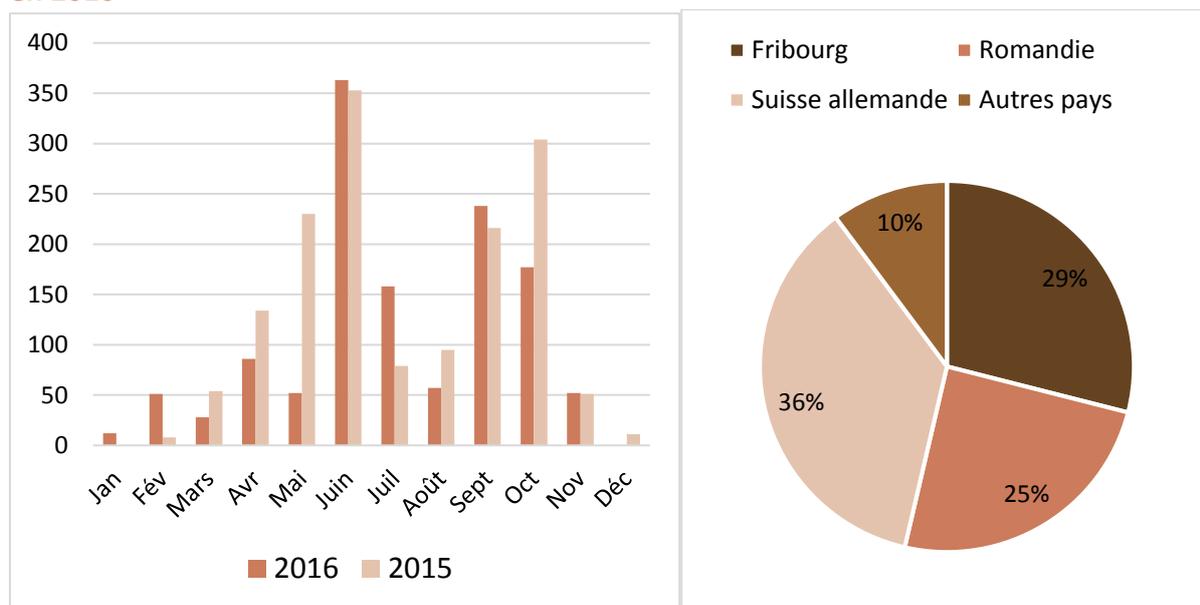
Figure 17. Flyer de promotion des offres pour les groupes

**ROMONT RÉGION  
VISITES GUIDÉES**

- Vitromusée**  
dès CHF 90.- par groupe (entrées non-comprises)
- Sentier du Vitrail**  
dès 180.- par groupe
- Musée du Papier peint**  
dès CHF 80.- par groupe (entrées non-comprises)
- Ville médiévale**  
dès CHF 70.- par groupe
- Bus Découvertes**  
Visite de la région à bord d'un bus rétro, prix sur demande
- Journée « à la carte »**  
Visites guidées, apéritif, repas, goûter

**INFORMATIONS ET RÉSERVATION**  
Office du Tourisme de Romont et sa région  
Rue du Château 112, 1680 Romont  
Tel +41 26 651 90 55  
info@romontregion.ch  
[www.romontregion.ch](http://www.romontregion.ch)

Figure 18. Répartition des visiteurs (visites guidées) par mois et provenance des groupes en 2016



### FORFAITS INDIVIDUELS

Notre forfait-phare « Capitale du Vitrail », qui inclut une nuit dans un hôtel, les entrées aux deux musées glânois et une boîte de chocolats souvenirs de Romont a été une nouvelle fois mis en avant lors de la Campagne sur le marché suisse, par le biais de la petite brochure encartée dans divers grands journaux ainsi que distribuée par les Offices du Tourisme.

Une dizaine de personnes ont bénéficié de ces forfaits en 2016. A noter que pour la majorité des destinations, ces forfaits sont principalement utilisés comme « produits d'appel » pour attirer l'attention des visiteurs, qui en général préfèrent adapter cette offre à un séjour ou une excursion qui correspond mieux à leurs envies. Il faut voir ici la proposition de ce forfait comme une action de promotion. Un flyer a d'ailleurs été créé en 2016 pour promouvoir les offres, et notamment celles qui peuvent intéresser particulièrement les familles.

Figure 19. Flyer de promotion des offres famille



## AUTRE PRODUIT

### BUS DÉCOUVERTES

Depuis sa création en 2014, le projet « Bus Découvertes » demande aux trois offices partenaires (Moudon, Echallens et Romont région) des investissements conséquents. Afin de réduire les frais, en 2016, uniquement 2 dates ont été proposées en 2016 pour les circuits en rétro-bus à la découverte de notre région, soit une de moins qu'en 2015. Comme en 2015, un guide en habits d'époque a présenté l'histoire de notre région aux visiteurs à bord du bus qui parcourait les villes de Moudon, Lucens, Romont, Mézières FR, Oron et Rue, sur le circuit renommé « Légendes et Châteaux ». Une légende a également été contée dans la cour du château de Romont.

On a compté une quarantaine de personnes lors de chaque journée, il y a donc eu une légère augmentation de la fréquentation par rapport à 2015. Bien trop peu toutefois pour couvrir les frais. L'année 2016 avait été envisagée comme la dernière sous cette forme pour le **Bus Découvertes**. Ainsi, dès 2017, le concept tel qu'il a été présenté sera abandonné au profit de la vente de ces circuits accompagnés en tant que produits touristiques, sur réservation pour les groupes intéressés. A noter qu'une partie des investissements dans le graphisme du projet pourra être réutilisé pour la promotion de ce produit.

Figure 20. Affiche et photo du Bus Découvertes à Romont en 2016



## 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 TANT QUE MEMBRE DU COMITÉ D'ORGANISATION

#### FOIRES DE ROMONT

L'Office du Tourisme a comme toujours tenu son rôle dans le comité d'organisation des foires de Romont. La foire de printemps s'est déroulée le 23 avril par un temps maussade. Tous les exposants du marché du terroir n'ont par conséquent pas répondu présents, contrairement aux enfants, qui étaient près de 80 à faire des affaires au marché anglais. Les deux invités d'honneur étaient la Jeune Chambre Internationale de la Glâne ainsi que la Bénichon du Pays de Fribourg. La première a donné un aperçu en avant-première de son livre « Balade à Romont », avec la présence de François Raemy

sur son stand. La Bénichon du pays de Fribourg a quant à elle présenté son édition 2016 organisée à Romont, qui a remplacé pour cette année la traditionnelle foire de Bénichon du mois d'août.

### **BÉNICHON DU PAYS DE FRIBOURG**

C'est en vieille ville de Romont que la Bénichon du Pays de Fribourg a pris ses quartiers en 2016, du 9 au 11 septembre. La manifestation a été une véritable réussite, avec entre 15'000 et 20'000 visiteurs venus de toute la Suisse pour fêter et manger la traditionnelle Bénichon, sous un soleil radieux.

L'Office du Tourisme a participé à l'organisation de cette importante manifestation en tant que membre du comité. Entre le diner des entreprises, le souper-spectacle de Norbert et les dégustations de bière et de tapas avec Ben & Léo, l'espace gourmand a affiché complet 3 jours durant. Le vendredi, plus de 300 enfants sont venus visiter la ferme de la Bénichon avec leur école. De nombreuses animations ont fait le bonheur des petits comme des plus grands, avec notamment le cortège de petit bétail, le voltigeur à l'ancienne, et la grande star du week-end ; la traditionnelle balançoire de Bénichon, construite spécialement pour l'occasion par l'édilité de la ville de Romont. Les 8 restaurants partenaires de la région ont également rencontré un grand succès et ont été ravis de cette collaboration.

**Figure 21. Reflets de la Bénichon du Pays de Fribourg à Romont**



L'Office du Tourisme et l'Union fribourgeoise du Tourisme se sont unis pour tenir un stand au marché du terroir fribourgeois, afin de promouvoir le canton et la région. Sur les deux jours, 108 personnes ont ainsi participé au concours organisé sur le stand et des centaines d'autres ont découvert nos activités par le biais de nos différentes brochures.

### **11<sup>E</sup> ÉDITION DES 20 HEURES DE MUSIQUES : « ADOSSÉ À LA COLLINE »**

Pas loin de 7'000 entrées aux concerts ont été enregistrées pour cette 11<sup>e</sup> édition des 20 Heures de musiques Romont, le 24 septembre 2016. De 4h du matin à minuit, ce ne sont pas moins de 120

concerts exclusivement acoustiques (la nouveauté 2016) qui ont ravi les spectateurs dans 16 différents lieux différents de la ville de Romont. Deux nouveaux lieux « adossés à la colline » ont fait leur apparition cette année grâce à des habitants qui ont signé pour le nouveau concept : ouvrir leur salon pour quelques prestations musicales.

En charge de la promotion, de la communication et de la relation avec la presse, l'OTR a également vendu des billets le jour de la fête et fait office de point d'information. Grâce à une météo très favorable, l'espace restauration et les animations extérieures ont beaucoup plu, aux petits comme aux grands.

#### **CÉRÉMONIE D'OUVERTURE D'ESTAVAYER2016**

L'Office du Tourisme de Romont et sa région a participé aux réflexions relatives à la cérémonie d'ouverture de la Fête fédérale de lutte Estavayer2016. C'est grâce aux idées proposées par un petit groupe de réflexion dont l'Office du Tourisme a fait partie que le vitrail a été bien représenté lors de ce spectacle diffusé en direct sur les chaînes suisses. Les commentateurs ont d'ailleurs mentionné à plusieurs reprises Romont et son Vitromusée. Un soutien a également été donné pour trouver des porte-drapeaux pour chacune des communes glânoises.

### **PROPRES ANIMATIONS DE L'OFFICE DU TOURISME**

#### **TOUR DU SAUVAGE**

Comme chaque année, les visiteurs ont été nombreux à fouler les remparts Ouest de la ville pour se rendre à la Tour du Sauvage, lieu d'expositions et de spectacles durant l'été. Plus de 1850 visiteurs ainsi flâné dans les 11 expositions artisanales estivales. Il y en avait pour tous les goûts : des objets en verre, des photos, des peintures, des poteries et des personnages en papier mâché. Les visiteurs profitent d'un peu de fraîcheur tout en admirant le travail des artistes et artisans, qui apprécient le cadre enchanteur du lieu.

**Figure 22. Exposition de poteries de Florence Guillaume-Gentil "A la recherche du Sauvage! »**



Les 430 spectateurs des Jeudis du Sauvage ont été ravis : du théâtre, des claquettes, du chant a cappella, du jazz, des contes pour enfants et adultes... les spectacles proposés chaque jeudi soir (11 soirées) ont été appréciés par une moyenne de près de 38 personnes par représentation (pour une cinquantaine de places), un excellent résultat. Le Groupe de chant « The Postiche » a rassemblé à lui seul 70 visiteurs, qui se sont fait une petite place dans chacun des recoins de la tour.

**Figure 23. The Postiche: spectacle musical « Sans la barbe »**



Depuis 2016, un bar est installé dans la tour avant et après les Jeudis du Sauvage. Les sirops artisanaux, bières et autres rafraichissements ont été très appréciés des visiteurs et ont permis de réaliser un petit bénéfice au profit de l'organisation de ces animations.

#### **FÊTE DE SAINT JACQUES**

Depuis 2010, l'Office du Tourisme organise chaque 25 juillet une « Fête de saint Jacques ». Les objectifs visés cette rencontre annuelle sont multiples :

- Renforcer le positionnement de Romont comme ville-étape incontournable sur le Chemin qui mène jusqu'à St-Jacques de Compostelle, en Espagne, à 2000 km de là.
- Proposer une animation estivale aux pèlerins, aux touristes de passage, mais également à tous les « amis » de St-Jacques : hébergeurs, anciens pèlerins, personnes intéressées par le Chemin.
- Faire connaître et faire parler du pèlerinage de St-Jacques de Compostelle, qui attire chaque année plus de pèlerins (en 2016 : 277'915 pèlerins se sont rendus au but). Plusieurs centaines de pèlerins passent par Romont chaque année.

Après plusieurs éditions très simples (conférence, organisation commune avec les Amis de St-Jacques, etc.) la mouture 2016 s'est montrée plus ambitieuse. La Fête de Saint-Jacques a pris place, cette année dans la cour du château. Les quelques 160 personnes présentes (dont une soixantaine d'enfants) se sont rassemblés autour d'une exposition de photographies sur le thème du Chemin de Saint-Jacques. Pour cette exposition participative, l'Office du Tourisme a invité les anciens pèlerins à accrocher leurs clichés le long de cordes tendues entre les quatre coins de la cour.

Les enfants ont aussi été mis à l'honneur cette année, un goûter leur a été offert à leur arrivée, et des bricolages leur ont été proposés. Sous l'œil attentif des collaboratrices de l'Office du Tourisme, ils ont ainsi eu l'occasion de décorer de vraies coquilles St-Jacques à l'aide de peinture et de collages. Des contes et témoignages ont également été proposés aux familles (et à toutes les autres personnes) présentes. L'occasion de découvrir des histoires et anecdotes de Saint-Jacques de Compostelle racontées par 3 conteurs, dans le cadre enchanteur de la cour du château.

La soirée s'est terminée dans une ambiance conviviale autour de grillades. La manifestation était gratuite, le seul retour financier provenant des ventes de boissons et de grillades. Autant l'exposition que les animations pour enfants ont rencontré un grand succès.

**Figure 24. Reflets de la Fête de Saint Jacques 2016**



## **Autres activités de l'Office du Tourisme**

### **MANDATS DE BILLETTERIE**

L'Office du Tourisme a géré comme chaque année le service de billetterie de Bicubic et de l'Association culturelle Les Capucins. Après de nombreuses recherches et rencontres avec des prestataires de services, l'Office du Tourisme avait mis en place en mai 2015 un nouveau système de gestion de la billetterie et de la vente en ligne des spectacles (INFOMANIAK), et redéfini son mandat de prestation et ses tarifs auprès de ses deux partenaires. Après une saison complète en 2015-2016 et une moitié de saison sur la fin de l'année 2016, nous pouvons faire un premier bilan et relever ici une série de points positifs : un fonctionnement automatisé des décomptes et statistiques des ventes et une augmentation des ventes en ligne (notamment grâce à la possibilité de ventes en ligne pour les Capucins, qui ne disposaient pas de système informatique des ventes jusqu'en 2015), mais également une interface de vente et un historique des commandes et des ventes (auparavant presque inexistant) qui correspond mieux à nos besoins.

En revanche, les nombreuses spécificités relatives aux deux salles de spectacle (abonnements, concours et places offertes, flexibilité du service après-ventes,...) ont posé de nombreux problèmes techniques. De plus, des modifications fréquentes sont réalisées par le prestataire de services sur le système, modifications qui ne correspondent pas nécessairement à nos besoins. Sans compter les

nombreux *bugs*, problèmes techniques et de fonctionnement qui surviennent encore régulièrement, faisant perdre un temps précieux aux spectateurs en quête d'un billet, mais également aux collaboratrices de l'Office du Tourisme.

Le bilan de ce nouveau système de billetterie reste donc mitigé. Malheureusement, nous avons pris conscience qu'il est extrêmement difficile de trouver un système correspondant à nos exigences de fonctionnement et à un prix abordable.

## **PARTICIPATION À DEUX PROJETS TOURISTIQUES CANTONAUX**

L'Office du Tourisme de Romont et sa région, par le biais de sa directrice, a été impliqué en 2016 dans deux projets touristiques cantonaux qui seront dévoilés au public dans le courant 2017.

### **DZIN.CH : PLATEFORME FRIBOURGEOISE DE TOURISME COLLABORATIF**

Un projet unique en Suisse : une plateforme internet de tourisme collaboratif qui permet aux habitants de notre canton : particuliers, artisans ou petites entreprises de proposer des activités à des touristes ou des visiteurs de la région en quête d'échange et d'authenticité. L'objectif étant de faire découvrir et de mettre en valeur les spécificités locales : gastronomie, terroir, traditions, lieux d'intérêt. Le nom choisi pour ce projet « DZIN.ch » provient du patois, qui veut dire « les gens », car ce type de tourisme porte principalement sur la rencontre et les relations humaines.

L'Office du Tourisme de Romont était membre du comité de pilotage de ce projet et comme tous les Offices régionaux et les Jeunes Chambres du canton, a participé au recrutement des premiers « dzins » (hôtes qui proposent des activités). Plusieurs dizaines de contacts ont ainsi été pris en 2016 auprès des partenaires actuels (musées, guides, attractions principales), mais aussi auprès de personnes dont le profil semblait correspondre au profil d'un « dzin » : accompagnateurs en moyenne montagne, amateurs de randonnée pédestre, artisans du goût, artistes, etc. Une dizaine d'activités en Glâne (sur 80 en tout) ont ainsi pu être proposées dès le lancement de la plateforme.

Le site internet [www.dzin.ch](http://www.dzin.ch) a été officiellement inauguré le 16 mars 2017, lors de la rencontre des professionnels du tourisme fribourgeois, le Réseau Pro Tourisme, organisé par l'Union Fribourgeoise du Tourisme, à Romont. Plus de 200 personnes ont participé à cette rencontre et découvert au Vitromusée quelques facettes des nombreuses activités proposées sur dzin.ch. Un écho médiatique très important a reflété ce projet en Suisse romande et en Suisse alémanique.

**Figure 25. Publicité de la plateforme [www.dzin.ch](http://www.dzin.ch)**



### **PATRIMOINE SACRÉ FRIBOURGEOIS**

La région de Romont regorge d'un riche patrimoine sacré : vitraux modernes et sentier vitrail, églises et chapelles, Maison et sentier Marguerite Bays, Collégiale Notre-Dame de l'Assomption et Vitromusée, Abbaye de la Fille-Dieu, etc. Un tel patrimoine méritait d'être mis en valeur, raison pour laquelle l'Office du Tourisme de Romont et sa région en partenariat avec la Région Glâne-Veveyse et Innoreg FR ont déposé un projet auprès de la Nouvelle Politique Régionale en 2013. L'objectif : valoriser et promouvoir les richesses sacrées du canton de Fribourg.

Après l'engagement durant quelques mois d'un chef de projet, quelques hésitations dans le concept et la tournure à donner au projet et de nombreux changements au sein du comité de pilotage, le projet a pris une nouvelle tournure en 2016. Un nouveau comité de pilotage a été formé, avec à sa tête l'Office du Tourisme de Romont et sa région ; et une nouvelle orientation a été donnée au projet. Ainsi, un site internet (en lien direct avec la plateforme touristique cantonale [www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch)) sera lancé dans le courant de l'année 2017. Celui-ci présentera en trois langues (FR-DE-EN) de nombreux points d'intérêts : églises, chapelles, musées, mais aussi lieux de ressourcement et balades thématiques en pleine nature. Cette plateforme sera plus longuement décrite dans le prochain rapport annuel.

### **PROJETS DIVERS**

#### **RELATIONS PUBLIQUES – RENCONTRE AVEC LES CONSEILS COMMUNAUX GLÂNOIS**

Pour faire connaissance avec les nouveaux conseillers et présenter brièvement les activités et les projets en cours, l'Office du Tourisme est allé à la rencontre de chacun des conseils communaux glânois dans le courant de l'automne et de l'hiver 2016-2017. L'un des objectifs de ces rencontres était notamment de faire connaître le projet cantonal de tourisme collaboratif DZIN.ch : pour trouver de nouveaux « dzins » parmi les Glânois, mais aussi pour faire la promotion de ces activités, qui ne s'adressent pas seulement aux touristes, mais aussi à une clientèle plus locale.

Le bilan de ces rencontres est très positif. Grâce à cette prise de contact directe, de nombreux sujets ont pu être soulevés avec les conseillers, des propositions d'activités faites à l'Office du Tourisme, des remarques émises sur nos activités : un retour très important de la part de nos principaux bailleurs de fonds.

De plus, il a été très apprécié par les conseillers de pouvoir prendre connaissance des activités et des derniers projets de l'Office du Tourisme.

#### **DÉMÉNAGEMENT ET RÉAMÉNAGEMENT INTERNE, CHANGEMENTS INFORMATIQUES**

La fin d'année 2016 a été occupée par une réorganisation des locaux de l'Office du Tourisme, des archives, ainsi que par la mise en place d'un nouveau système informatique.

En effet, le bureau de la directrice, initialement situé côté Est du bâtiment, a été échangé avec celui de la coordinatrice de Bicubic, côté Rue du Château (Ouest), ceci afin d'effectuer un regroupement des postes de l'Office du Tourisme au sein d'un seul et même espace et de faciliter la communication interne. Le système de classement des archives a également été revu et un tri important effectué pour une meilleure vue d'ensemble du matériel et des documents stockés.

Quant au système informatique, il a été décidé de quitter le Réseau informatique de l'Etat de Fribourg (SITEL) pour des raisons financières et de simplifications (gain d'autonomie) : la grande confidentialité et sécurité des données offertes par le SITEL n'étant pas absolument indispensables pour nos dossiers. Cette indépendance offerte par un nouveau fournisseur de services nous permettra de faire non seulement des économies financières, mais également de gagner du temps à l'utilisation. Ce changement a été effectué en toute fin d'année 2016.

#### **PROJETS EN COURS DE RÉALISATION OU REPORTÉS**

Divers projets encore non terminés en 2016 ont encore occupé les collaboratrices de l'Office du Tourisme et seront poursuivis en 2017 :

- Réflexions sur un projet de Tuk Tuk touristique et social en collaboration avec l'association REPER (initiées en 2016 et à poursuivre)
- Création d'un document d'aide à l'ouverture d'une chambre d'hôte : petite brochure de conseils pour soutenir dans les quelques démarches administratives et les questions qu'on peut se poser (initié en 2016 et à terminer)
- Projet de révision des statuts de la Société de Développement de Romont et sa région : démarche qui découle des réflexions du groupe de travail 2014-2015 sur la structure et le fonctionnement de l'Office du Tourisme (initié en 2016 et qui sera présenté à l'Assemblée générale de mai 2017).

D'autres projets ont été reportés à l'année 2017, par manque de temps ou pour d'autres raisons :

- Présence sur un salon promotionnel (voir le chapitre « autres actions de promotion ») : l'Office du Tourisme a participé au Salon des vacances de Berne du 12 au 15 janvier 2017 au lieu du Salon des vacances de Genève prévu initialement en novembre 2016 car celui-ci a été annulé.
- Réflexion sur la mise en place d'une séance annuelle avec les partenaires du tourisme glânois (projet reporté par manque de temps).

*Le 12 avril 2017*

Office du Tourisme de Romont et sa région  
Eliane Celeschi,  
Directrice