

# ROMONT RÉGION

ORGANISATION TOURISTIQUE RÉGIONALE  
RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021



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

## TABLE DES MATIERES

1. Mot du président .....	3
2. Activités de l'Office du Tourisme .....	4
Introduction .....	4
Un contexte de reprise .....	4
Des événements et du marketing pour relancer le tourisme .....	4
La mobilité douce incontournable .....	4
Accueil et information .....	5
Guichet d'information .....	5
Observatoire du tourisme .....	5
Service de billetterie .....	5
Signalétique dans la Ville de Rue .....	5
Marketing et promotion .....	6
Campagnes de promotion .....	6
Médias et partenaires publicitaires .....	8
Site internet Romontregion.ch .....	9
Newsletters .....	10
Salons et foires .....	11
Production de contenu visuel .....	11
Supports de communication .....	12
Produits et offres touristiques .....	14
Forfaits et visites guidées .....	14
Mobilité douce .....	14
Escape room à la Tour de Fribourg .....	15
Animations et événements .....	16
Organisation d'événements .....	16
Agenda des événements .....	18
Mandats .....	19
Vitromusée – convention de collaboration (promotion) .....	19
20 Heures de musiques – mandat administratif .....	19
Ville de Rue – mandat signalétique .....	19
3. Statistiques touristiques 2021 .....	20
Le tourisme en phase de reprise .....	20
Année record pour les nuitées en Glâne .....	20
Les hébergements collectifs toujours à la peine .....	20
Les attractions touristiques .....	21
Restauration .....	21
Activités en plein air .....	21
Musées glânois .....	22
4. Organisation et administration .....	23
Comité et bureau .....	23
Membres cotisants .....	23
Office du tourisme .....	23
5. Programme d'activités 2022 .....	24
Marketing et promotion .....	24
Prestations en faveur des hôtes .....	24
Accueil et information .....	24
Produits touristiques et réseaux de randonnée .....	24
Evénements .....	24
Activités stratégiques .....	25
6. Comptes et rapport de révision .....	26
Comptes 2021 et budget 2022 .....	26
Bilan au 31.12.2021 .....	27
Rapport de révision .....	28

## 1. MOT DU PRÉSIDENT

« A l'heure où j'écris ces lignes, nous avons déjà pu participer à une superbe édition du Vitrofestival, et les cyclistes du Tour de Romandie viennent de franchir la ligne d'arrivée à Romont. Tant d'autres manifestations sont déjà agendées ! Tant de possibilités pour passer du bon temps dans notre région. Quelle année 2022 enthousiasmante !

Revenons aux activités de notre organisation pour l'année 2021, c'est tout de même le sujet du rapport... De toutes parts, l'envie d'organiser des manifestations pour permettre des découvertes et des rencontres était bien présente. Mais dans tous les domaines, il a fallu se réinventer, trouver des alternatives compatibles avec les mesures sanitaires en vigueur : plus d'activités à l'extérieur ou une affluence contrôlée par exemple.

Et, au moment de tirer le bilan de l'année écoulée, force est de constater que finalement, de très nombreuses animations ont pu avoir lieu comme planifiées. Les incertitudes et les restrictions dues au covid 19 ont demandé aux organisateurs des trésors d'ingéniosité, afin de pouvoir tout de même offrir aux visiteurs des moments de partage bienvenus.

Je tiens à adresser un immense merci à toutes les personnes, sociétés, entreprises, établissements ou organisations qui ont permis de maintenir, durant l'année 2021, des manifestations et des services dans notre région.

La nouvelle loi fribourgeoise sur le tourisme est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2022. L'an passé,

les premières réflexions concernant le Plan Directeur Régional (PDR) ont été initiées. Nous sommes partie prenante dans la rédaction de ce plan, car le tourisme est un des thèmes traités dans le PDR de la Glâne.

Bientôt, la stratégie de développement du tourisme fribourgeois nous sera soumise pour une prise de position. Pour finir, notre interaction avec les communes glânoises sera également adaptée, car un changement d'organisation des associations de communes du district est en cours.

Que toutes ces modifications surviennent durant la même période est une chance pour notre organisation. Pour aligner nos objectifs et notre structure à toutes ces nouvelles données, le comité devra repenser la stratégie de l'OTR, et adapter les statuts.

Pour finir, je tiens à dire que je suis admiratif du travail de toute l'équipe de l'office : l'accueil souriant bien-sûr, et le professionnalisme dans la gestion des nombreux projets. Merci aux co-directrices Eliane et Michaela, merci à mes collègues du comité ! J'ai un très grand plaisir à travailler avec ces personnes.

Bonne lecture ! »

Nicolas Dafflon,  
Président de l'Organisation touristique  
régionale de Romont et sa région (OTR)

## 2. ACTIVITÉS DE L'OFFICE DU TOURISME

### INTRODUCTION

#### UN CONTEXTE DE REPRISE

Malgré le contexte de pandémie, la Glâne enregistre en 2021 un nombre record de nuitées, notamment dans les hôtels avec une hausse très significative, favorisée par une clientèle très majoritairement suisse. Les institutions à service hôteliers bénéficient d'une hausse notamment favorisée par la convention signée entre l'Union Fribourgeoise du Tourisme et Airbnb depuis 2020.

**Hausse totale des nuitées de 25% (2021/2019)  
avec un doublement des nuitées hôtelières**

Malheureusement, les conséquences de la pandémie sont toujours palpables dans de nombreux secteurs : les musées, les restaurants, les visites guidées et activités spécifiques pour les groupes, pour n'en citer que quelques-uns.

**-40% à 60% de visites guidées (2021/2019)  
-33% de visiteurs au Vitromusée (2021/2019)**

Durant toute l'année, l'Office du Tourisme s'est appliqué à soutenir ses partenaires par de nombreuses actions de promotion - comme la campagne de relance du tourisme fribourgeois, mais aussi en communiquant les activités qui étaient autorisées par le biais de ses divers canaux (vente à l'emporter pour les restaurants, animations des musées, etc).

#### DES ÉVÈNEMENTS ET DU MARKETING POUR RELANCER LE TOURISME

Contrairement à 2020, grâce à de l'anticipation et une bonne dose d'adaptation, la majorité des événements dans lesquels notre équipe est impliquée a pu avoir lieu ; seuls ont été reportés le Vitrofestival Romont et le Comptoir de Romont – Foire de la Glâne. L'Office du Tourisme a organisé de nombreuses animations et était engagé dans les comités d'organisation de 4 événements majeurs : la Bénichon de Romont, le

Vitrofestival, les 20 Heures de musiques et le Tour de Romandie qui fait étape à Romont en avril 2022.

Les événements ainsi que les forfaits vendus par l'Office du Tourisme ont généré un chiffre d'affaires considérable auprès de nos partenaires régionaux.

**25 animations organisées par l'OTR  
Chiffre d'affaires généré : CHF 23'573.55**

Les actions de marketing et de communication étaient particulièrement importantes dans ce contexte de reprise où les habitudes de consommation et de voyage sont bouleversées. En plus de ses nombreuses actions, notre destination a participé à la campagne de relance avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme, Terroir Fribourg et d'autres acteurs. Un très gros travail a aussi été fourni pour la mise en ligne d'un site internet fusionné avec celui des autres destinations touristiques, pour un meilleur référencement et une amélioration de la visibilité.

**Hausse des visites sur notre site web +10%  
Investissements marketing : CHF 71'431.-**

#### LA MOBILITE DOUCE INCONTOURNABLE

2021 confirme la tendance initiée en 2020 de retour à la nature. Les randonnées pédestres et cyclables sont très fréquentées, de même que les pages de notre site internet qui y sont consacrées. La mobilité douce est un thème central pour l'Office du Tourisme, largement développé également dans les premières ébauches du Plan Directeur Régional. Diverses réalisations en découlent : notre nouvelle carte rando déjà presque épuisée, ou encore le parcours d'obstacles VTT concrétisé en collaboration avec Medhi Ruffieux et inauguré en juillet dernier.

## ACCUEIL ET INFORMATION

### GUICHET D'INFORMATION

Les hôtes peuvent aujourd'hui trouver toutes les informations nécessaires à leur visite ou leur séjour à Romont Région sur notre site internet qui est très complet.

L'Office du Tourisme demeure toutefois un lieu de référence pour glaner des informations relatives aux actualités et aux activités possibles dans la région, par e-mail, par téléphone ou au guichet, où sont disposées de très nombreuses brochures.

Notre guichet est ouvert du lundi au vendredi et le samedi, de mai à septembre. Dès 2022, il sera aussi ouvert durant les jours fériés, d'avril à août.

**272 jours d'ouverture**  
**Plus de 600 contacts**

### OBSERVATOIRE DU TOURISME

Nous enregistrons chaque contact pour l'observatoire fribourgeois du tourisme avec le code postal du visiteur, sa langue, la tranche d'âge qui le représente ou sa région pour les pays étrangers limitrophes (France et Allemagne).

Les Suisses représentent 70% des visiteurs en 2021. Les cantons les plus représentés, après le canton de Fribourg (28%), sont Vaud (14%), Zurich (12%), Berne (12%), Genève (7%), Argovie (5%) et Neuchâtel (5%).

**70% de visiteurs suisses**  
**10% de visiteurs Français et 5% d'Allemands**

### SERVICE DE BILLETTERIE

Le service de billetterie de l'Office du Tourisme gère la mise en ligne des spectacles, la vente et la réservation de billets pour les salles de spectacle romontoises : Bicubic et Les Capucins.

**18 spectacles en 2021**  
**1771 billets réservés ou vendus à l'OT**

### SIGNALÉTIQUE DANS LA VILLE DE RUE

En complément à la brochure éditée en 2020 et présentant les monuments historiques de la ville, un panneau d'accueil a été installé à la Rue du Casino, de même que 6 plaques informatives sur les monuments et une quarantaine de flèches de direction. L'Office du Tourisme a travaillé sur mandat de la Ville de Rue. (voir p. 19).



## MARKETING ET PROMOTION

### CAMPAGNES DE PROMOTION

Romont Région a investi dans 4 campagnes de promotion en partenariat avec Fribourg Région et Suisse Tourisme. Les campagnes d'été et d'automne ont été complétées d'une campagne de relance suite au COVID-19, au printemps 2021. C'est notamment ces différentes actions qui permettent de positionner les produits phares de Romont Région dans le paysage touristique suisse et international.

#### CAMPAGNE DE RELANCE

Pour relancer le tourisme suite au COVID-19, une campagne de relance a été engagée par les partenaires de différentes branches touristiques (entre autres Fribourg Région, TPF, Fribourgissima, Terroir Fribourg et Gastro Fribourg). L'objectif de cette campagne était de placer le canton de Fribourg comme destination de vacances authentique dans la tête des Suisses.

**300 séjours offerts via un concours**  
**26'500 participants au concours**  
**6000 cuchaules distribuées dans 7 gares**

#### CAMPAGNE DE PROMOTION ESTIVALE DE FRIBOURG RÉGION SUR LE MARCHÉ SUISSE

Avec le slogan « Pour de vrai », la campagne de promotion des destinations fribourgeoises sur le marché suisse avait pour objectif de placer Fribourg comme destination idéale pour les touristes suisses et d'augmenter le trafic qualitatif sur nos différents supports numériques. Pour ce tout nouveau concept 100% digital, une grande quantité de contenu a été produit : photos et nombreuses vidéos (de 10 secondes à 1 minute 30).

**Budget global : CHF 500'000.**  
**Romont Région : CHF 50'000.-**  
**816'000 personnes touchées**



#### ▪ Landing page

Un site internet (landing page) a été créé pour recueillir les visites générées par les nombreuses actions digitales. Chaque public-cible y trouvait une page complète avec une vidéo thématique, 10 bons plans et 10 offres.

Romont y était présent pour les publics-cibles *Familles* et *Seniors*, avec les produits suivants : Vitromusée (workshop), Vitroparcours, Ferme des Cabotins, et les chutes de Chavannettes pour la région de Rue.



Les familles pouvaient ainsi découvrir les remparts de Romont, le Vitroparcours et la place de jeux de la Cabane de Boulogne ou encore Bivouac dans les arbres. Une vidéo mettait en lumière le Vitromusée, la ville de Rue et les chutes de Chavannettes.

**127'000 pages vues**  
**+16% par rapport à la campagne 2020**

#### ▪ Réseaux sociaux & influenceurs

Onze capsules vidéos ont été publiées sur les pages Instagram et Facebook de Fribourg Région ou sous la forme d'annonces payantes sur Google et Youtube durant l'été 2021 ; le tout relayé par les réseaux des destinations. Des

influenceurs ont également testé et publié les offres touristiques fribourgeoises.

**340'000 clics ou vidéos vues entièrement**  
**Influenceurs : 65'000 vues et clics**

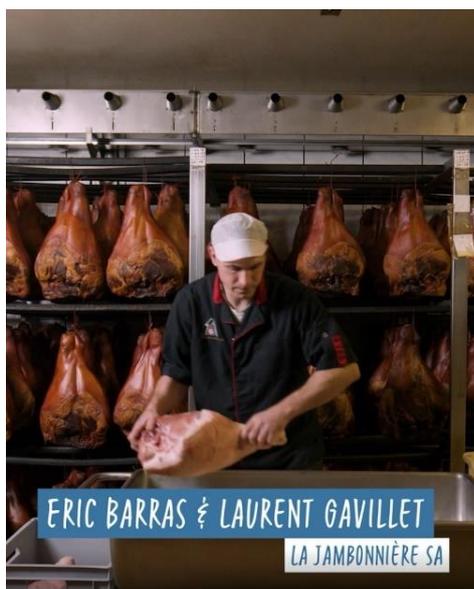
- Autres actions digitales

Une quinzaine d'autres mesures de marketing numérique ont été réalisées pour la campagne été 2021 : affichage digital dans 5 gares suisses, envoi de newsletters, partenariats avec différents magazines sur leurs supports numériques (ex. NZZ Bellevue, Terre&Nature, Blick.ch, Wandern.ch, Grosseltern-magazin, etc.).

**Entre 1'500 et 90'000 contacts par action**  
**pour un total d'environ**  
**400'000 personnes touchées**

#### CAMPAGNE DE PROMOTION « AUTOMNE » DE FRIBOURG RÉGION

Sous le slogan « Think digital, eat local », en partenariat avec Terroir Fribourg, cette campagne a pour objectifs d'encourager la consommation de produits régionaux labellisés et de promouvoir les destinations touristiques tout en augmentant le trafic sur une landing page « automne ». Pour la première fois, toutes les destinations y ont participé.

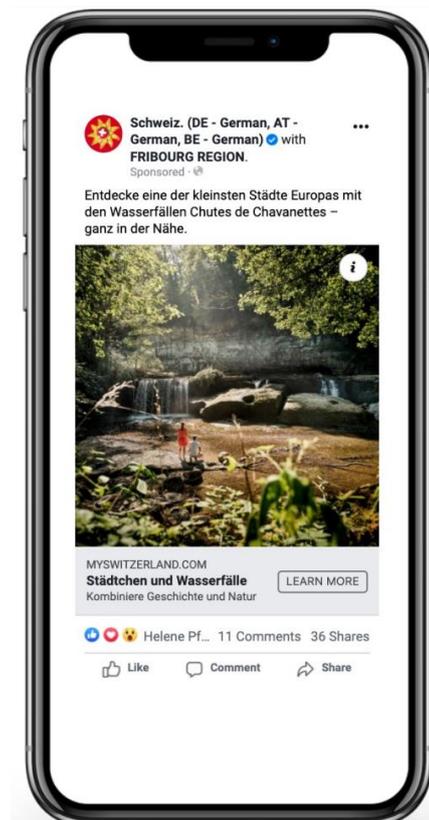


7 vidéos de promotion ont présenté un produit-phare de chaque destination. Pour la Glâne, c'est le jambon de la Borne de La Jamnonnière à Mézières qui a été filmé (1'100 vues complètes).

**Budget global CHF 190'000.-**  
**Romont Région : CHF 10'000.-**  
**64'000 visites sur la landing page**

#### CAMPAGNE INTERNATIONALE « ÉTÉ » DE SUISSE TOURISME

Différents contenus ont été produits pour cette campagne par Suisse Tourisme. Des vidéos, des story multimedia et du contenu photo. Toutes les destinations fribourgeoises y participent.



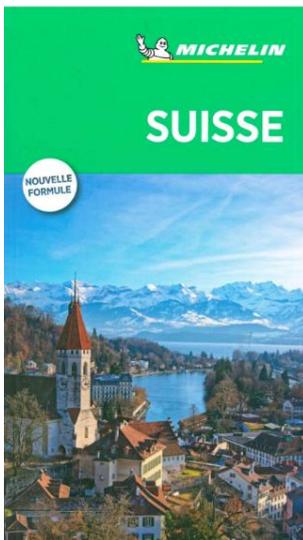
Le *key visual produit* pour Romont Région montrait les Chutes de Chavanettes, à Rue. Cette photo a obtenu de meilleurs résultats sur Facebook et Instagram que tous les autres visuels de Fribourg Région !

**866'000 impressions du post**  
**Facebook/Instagram**  
**4'300 pages vues (myswitzerland.com)**

## MÉDIAS ET PARTENAIRES PUBLICITAIRES

### COLLABORATION AVEC LES MÉDIAS

Nous entretenons des contacts étroits avec la presse ; nous leur faisons parvenir chaque semaine la liste des évènements de notre région, et des communiqués leur sont régulièrement envoyés en lien avec les nouveautés et les évènements de notre région. Nous sommes également à leur disposition pour répondre à leurs demandes d'informations ponctuelles ou pour la création de documents touristiques.



A titre d'exemple, nous avons collaboré à l'édition 2021 du Guide Vert Michelin, tirée à 7'000 exemplaires. Celui-ci comprend des informations relatives à la ville de Romont, la Collégiale, le Vitromusée ou encore l'Abbaye de la Fille-Dieu.

### PARTENARIATS PROMOTIONNELS

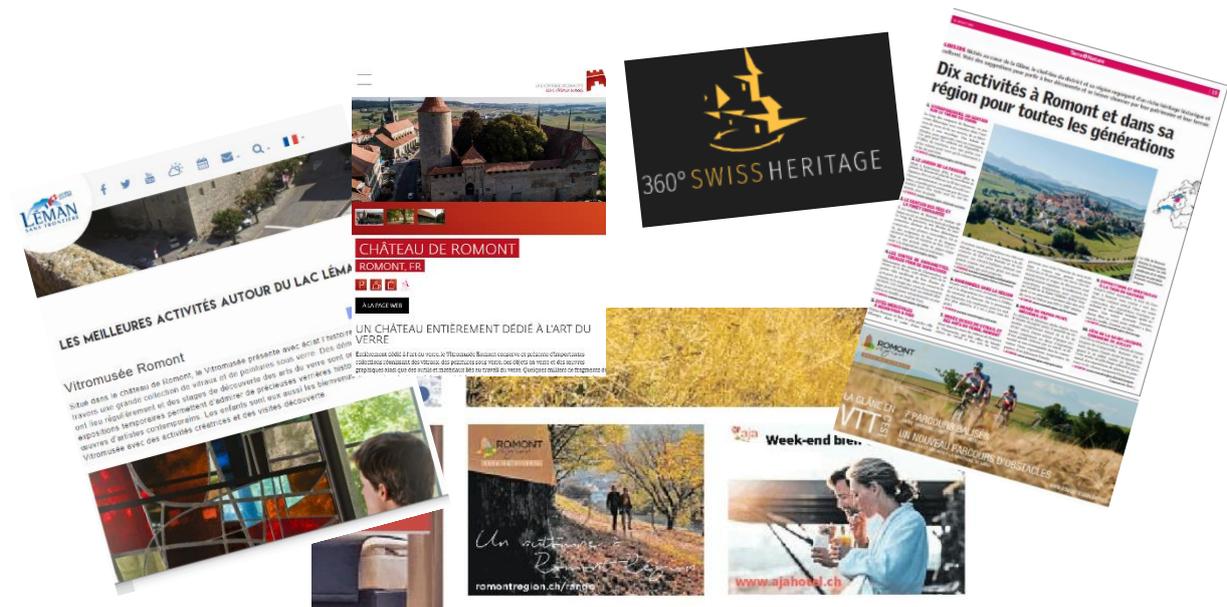
En 2021, nous avons contracté divers partenariats de promotion pour valoriser nos activités culturelles, évènements et les randonnées de Romont et sa région sur différents supports imprimés ou en ligne. Voici quelques exemples :

- Partenariat avec Loisirs.ch et Tempslibre.ch : présence en ligne
- Page Loisirs dans le *Terre&Nature* du 22.07.2021
- Annonce publicitaire dans le magazine *Coopération* du 02.11.2021
- Partenariat avec la Route du Cœur *Herzroute.ch*, digital et magazine.

En collaboration avec le Vitromusée, nous sommes membres de l'Association des châteaux suisses et de Léman Sans Frontières, assurant ainsi une présence du Vitromusée Romont et du château dans les activités promotionnelles de ces deux entités. Grâce à ce partenariat, nous avons profité de prix préférentiels pour une visite virtuelle 360° du château et du Vitromusée (relayée également sur la page web *360-swiss-heritage.ch*).

Envoi en 2021 de 15 communiqués de presse et 52 mémentos des évènements

Coûts de promotion *culture* : CHF 10'178.95  
Coûts de promotion *nature* : CHF 4'577.25



## SITE INTERNET ROMONTREGION.CH

### HAUSSE DES VISITES

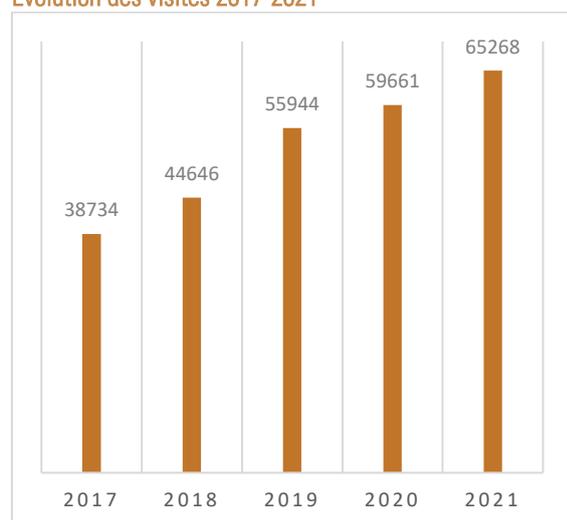
Le touriste ne tient pas compte des frontières politiques. Le projet de fusion des sites internet des destinations fribourgeoises s'est concrétisé en décembre 2021 par une plateforme unique qui regroupe toutes les offres et favorise le lien entre les différentes entités touristiques du canton.

Tout comme le dernier changement de site internet en 2016, ce projet a nécessité un investissement très conséquent en ressources humaines pour l'Office du Tourisme durant toute l'année 2021 : utilisation d'un nouveau logiciel, travail de référencement et améliorations de toutes les pages de romontregion.ch.

Le nombre de visiteurs est en constante augmentation, et les premiers résultats après la mise en ligne en décembre 2021 s'annoncent également très prometteurs.

**10% de visites supplémentaires en 2021**  
**65'268 visites en 2021 sur romontregion.ch**

Evolution des visites 2017-2021



Dans ce contexte pandémique très prononcé et avec des arrivées de l'étranger quasiment impossibles, les visiteurs suisses sont naturellement très largement majoritaires. Il s'agit principalement des Bernois (27%), des Zurichois (23%) et des Vaudois (15%), le canton de Fribourg arrivant en 4<sup>e</sup> position avec 13% des visiteurs.

**70% de visiteurs suisses**  
**Bernois en tête (27%)**

### FORT SUCCÈS POUR LES PAGES LOISIRS EN PLEIN AIR

En 2021, probablement boostée par notre nouvelle carte rando, les randonnées terminent en tête des pages les plus vues. Dans le top 30, 10 éléments présentent les activités de loisirs en plein air (VTT, sentiers thématiques, randonnées, Pied Total, etc).

Les événements restent dans le top 10. Le château de Romont y apparaît pour la première fois, probablement grâce à notre partenariat avec l'Association des Châteaux suisses et les différentes promotions liées.

### Top 15 des pages les plus vues

	Thématique	Pages vues
1	Randonnées (général)	17'055
2	Restaurants (général + à l'emporter)	12'058
3	Homepage fr/de/en	9'147
4	VTT (général)	6'319
5	Le Sentier des fées	2'460
6	Événements (général)	2'267
7	Le Pied total	1'779
8	Bivouacs dans les arbres	1'430
9	Château de Romont	1'255
10	Marché de Noël et Fête de St-Nicolas	1'230
11	Les Chutes de Chavannettes	1144
12	Café-Restaurant Au Suisse	1'048
13	Bénichon de Romont	942
14	Pizzeria la Perrausa	940
15	Le Sentier du vitrail	935

## NEWSLETTERS

### PROPRES NEWSLETTERS DE ROMONT RÉGION

5 newsletters de l'office du tourisme ont été adressées entre juin et décembre à près de 3'700 contacts. L'occasion de mettre en avant diverses actualités : les expositions temporaires de nos partenaires culturels, les événements organisés dans la région, mais également les activités saisonnières (randonnée pédestre, cyclable ou VTT) ou les nouvelles offres.

**5 newsletters envoyées entre juin et décembre**  
**Taux d'ouverture : entre 30 et 35%**

En 2021, on retrouve la thématique de la randonnée pédestre dans 5 des 10 articles les plus cliqués de nos newsletters ; ce qui confirme la tendance de plus en plus marquée vers les loisirs de plein air et la mobilité douce.

#### Top 10 des articles les plus cliqués

Article de la newsletter	Clics
Nouvelle carte rando	145
Marché de Noël et fête de la St-Nicolas à Romont	105
Balade gourmande Rue et Promasens	70
Bénichon	67
Concerts de Noël et de la Saint-Nicolas	61
Fête de la St-Jacques	49
Saison estivale à la Tour du Sauvage	48
Sur les pas de Marguerite Bays	46
Randonnées en Glâne	45
Balade au clair de lune	45

### NEWSLETTERS DE FRIBOURG RÉGION

Les offres des destinations fribourgeoises sont également communiquées dans les newsletters de Fribourg Région. Le contenu est cependant sélectionné par leur soin.

### RÉSEAUX SOCIAUX (SoMe)

Une présence active sur les réseaux sociaux améliore la visibilité de Romont Région auprès de nos différents publics-cibles. Facebook et Instagram sont un canal de communication privilégié avec nos hôtes. De manière générale, ce sont les photos mais également les vidéos qui y sont particulièrement appréciées.

**Evolution des abonnés Facebook et Instagram (2020-2021) : +18%**

#### Statistiques pages Facebook et Instagram Romont Région

	2021		
 Communauté		1'357	2'862
 Couverture*		11'080	174'190
 Interactions**		817	8'456
Publications		10	173

\*nombre de personnes qui ont vu nos contenus  
\*\* J'aime, clics, commentaires et partages

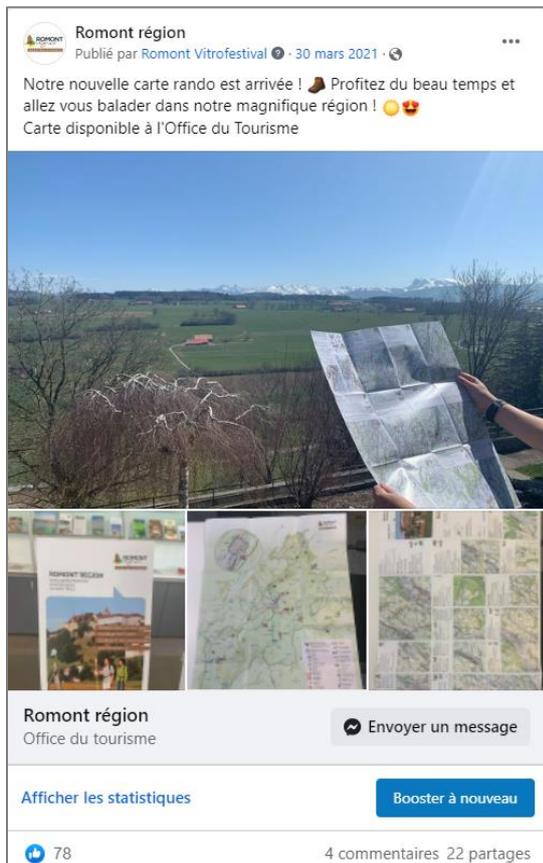
#### MEILLEURES PUBLICATIONS

La photo ayant généré le plus d'interactions sur Instagram en 2021 est celle de la Tour à Boyer, en hiver, postée le 29 décembre 2021.



**Couverture : 2'641**  
**Interactions : 156 dont 152 likes**

La publication sur notre carte rando est quant à elle le post Facebook ayant obtenu le plus d'interactions en 2021, générant grâce à un boost de CHF 50.- plus de 1'200 clics sur le lien !



Couverture : 11'305  
Interactions : 1'428

## SALONS ET FOIRES

### BEA 2022

Habituellement, l'Office du Tourisme présente chaque année la région de Romont avec un stand promotionnel lors d'une foire, un salon ou un grand événement. Durant la pandémie, toutefois, aucun salon n'a pu avoir lieu. Le projet initial de collaboration entre l'Office du Tourisme et le Vitromusée pour tenir un stand à la BEA à Berne en 2020 est donc reporté à mai 2022.

## MATÉRIEL DE PROMOTION ET GIVE-AWAYS

Des gobelets réutilisables ont été imprimés avec le logo de l'Office du Tourisme de Romont et sa région ; ceux-ci ont déjà servi lors du Pèlerinage culturel et gourmand de la Fête de saint Jacques et seront utilisés à diverses occasions.

**Give-aways de Romont Région : boîtes de crayons de couleur, stylos avec logo**

## PRODUCTION DE CONTENU VISUEL

Les photos et vidéos sont essentielles à notre travail de marketing. Il est aujourd'hui pour ainsi dire impossible de communiquer sans un visuel, que ce soit sur les réseaux sociaux, par le biais de notre site internet ou de nos newsletters, ou par nos partenaires médiatiques via des communiqués.

Nous disposons d'une grande quantité d'images de Romont, de la région, et de ses événements. Nous collaborons avec les photographes de la place et de la région, de même que ceux de Fribourg Région.

En 2021, une courte vidéo présentant Marguerite Bays, sa vie et sa Maison à La Pierraz ainsi que les balades « Sur les pas de Marguerite Bays » a été tournée par notre partenaire Upperview Production et postée sur nos différents canaux et réseaux sociaux.

**Coûts de création : CHF 1'593.90**  
**Publication SoMe : plus de 1'700 vues et 44 partages**

## SUPPORTS DE COMMUNICATION

Même si la communication digitale est en pleine croissance, les imprimés restent nécessaires pour promouvoir les activités touristiques et surtout comme support lors de la visite dans notre région. Ces livrets sont distribués aux visiteurs potentiels via les offices de tourisme, les attractions touristiques, les restaurants et les hébergements mais également lors des événements. Toutes nos brochures sont trilingues (FR-DE-EN).

**Coût des publications : CHF 13'358.92**  
**Soutien par le Fond marketing : CHF 3'777.-**

### BROCHURE GÉNÉRALE 2021

Notre guide touristique général est édité chaque année. Il recense toutes les activités culturelles, de loisirs et touristiques ; il présente également les hébergeurs et restaurateurs membres de notre association, et liste les événements majeurs se déroulant dans notre région. Il est très apprécié de notre clientèle. Ce feuillet peut être complété par la liste des apéritifs, des menus pour les groupes et des salles à louer.

### BROCHURES THÉMATIQUES

Les brochures historiques de Rue (1<sup>ère</sup> édition en 2019) et de Romont (1<sup>ère</sup> édition en 2016) sont très appréciées des visiteurs avides de culture et d'histoire et des familles, et complètent les informations sur les monuments.

La brochure « Romont et sa région, Pays du verre et du vitrail » (2020) s'adresse tout particulièrement aux touristes venus découvrir le sentier du vitrail ou de passage au Vitromusée et intéressés aux vitraux anciens ou contemporains de la région.

Le Vitroparcours dispose également de son feuillet, principalement utile à la promotion. Il est accompagné de son quiz, adapté aux familles et aux écoles.

Nous continuons également à distribuer la brochure « Ouvrir une chambre d'hôte en Glâne » pour toutes les personnes intéressées.

### Distribution des imprimés de Romont Région en 2021

	Exemplaires
Brochure générale 2021	6'000 ex.
Balade historique Romont	4'500 ex.
Invitation à une promenade (Rue)	1'500 ex.
Pays du verre et du vitrail	2'500 ex.
Vitroparcours : dépliant quiz	500 ex. 200 ex.
<b>Nouveau en 2021 :</b>	
Carte des randonnées pédestres	4'000 ex.
St Jacques de Compostelle	500 ex.

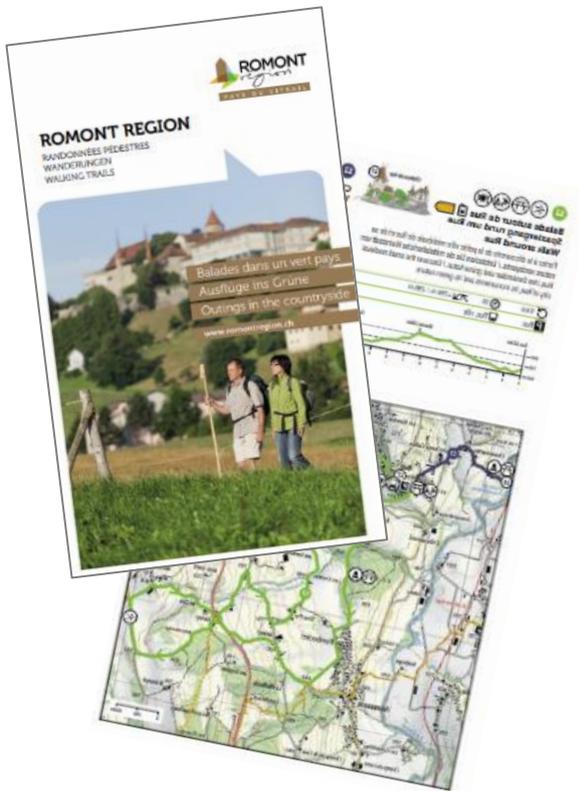


**NOUVEAUTÉ:** CARTE DES RANDONNÉES PÉDESTRES

Au printemps 2021, nous avons édité la première carte des randonnées pédestres en Glâne. Gratuite et extrêmement prisée par les visiteurs, elle permet aux promeneurs d'ici et d'ailleurs de trouver des parcours adaptés à leurs besoins.

23 itinéraires y sont proposés, accompagnés des différents points d'intérêts (musées, lieux naturels préservés, sentiers didactiques, etc) dans toute la Glâne. Chaque itinéraire est présenté par un petit texte et accompagné des informations pratiques (durée, lieu de départ et parking, places de pique-nique et de jeux...). Le dénivelé et un plan détaillé complètent les informations. Les familles y trouvent les parcours adaptés aux poussettes, les bons marcheurs se régaleront des parcours sportifs, les promeneurs trouveront petites et grandes balades en boucle.

**Coût de création : CHF 12'000.-**  
**Distribution : 4'000 exemplaires en un an.**  
**Réédition prévue au printemps 2022.**  
**Graphisme : La Petite Dame**



**NOUVEAUTÉ:** ST-JACQUES DE COMPOSTELLE

Etape sur le Chemin de Compostelle, la ville de Romont accueille chaque année, durant la belle saison, plusieurs centaines de pèlerins. Ceux-ci font halte dans les hôtels, les chambres d'hôtes ou les hébergements jacquaires.

2021 étant ce qu'on appelle une année *jacquaire* – le 25 juillet tombait un dimanche - l'Office du Tourisme a organisé diverses animations autour du Chemin de St-Jacques-de-Compostelle (voir la Fête de saint Jacques, p. 17). Afin de susciter l'intérêt des participants et de faire connaître les différentes fresques murales et représentations artistiques de Saint Jacques le Majeur que recèle la vieille ville, une brochure a été éditée.

**Coût de création : CHF 6'338.77**  
**Distribution : 500 exemplaires**  
**Rédaction : Madeleine Fasel-Eggs**  
**Graphisme : La Petite Dame**



## PRODUITS ET OFFRES TOURISTIQUES

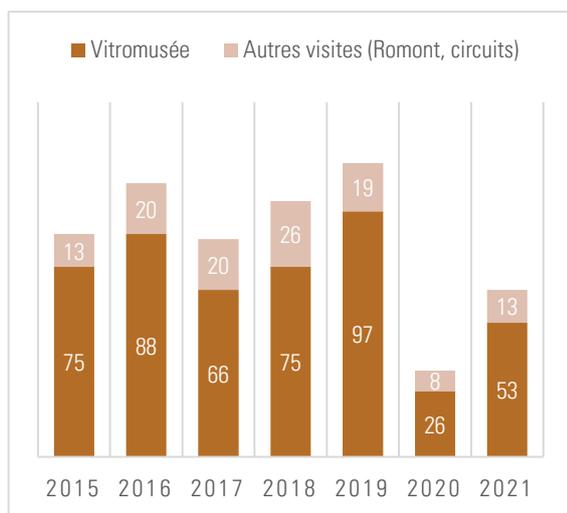
### FORFAITS ET VISITES GUIDÉES

#### ACTIVITÉS ET FORFAITS POUR LES GROUPES

En 2021, les activités pour les groupes ont été le plus impactées par les restrictions liées au COVID-19, même si on peut noter une nette amélioration par rapport à la première année de la pandémie. Les visites guidées de la ville, des églises de la région et du Vitromusée n'ont malheureusement pas encore retrouvé le niveau de 2019, et en raison des restrictions, on constate que les groupes présents étaient de plus petite taille.

**Nombre de visites guidées 2019-2021 : - 44%**

**Nombre de personnes touchées : -64%**



Evolution du nombre de visites guidées de 2015 à 2021

#### FORFAITS INDIVIDUELS ET FAMILLES

L'Office du Tourisme travaille en étroite collaboration avec divers partenaires pour proposer des forfaits aux familles et aux couples.

Nos différents forfaits comprennent une nuit dans un hébergement glânois (hôtel romantois ou Bivouac dans les arbres). Le forfait « Capitale du Vitrail » comprend les entrées aux musées glânois, « Aventure en famille » donne accès à un atelier enfant au Vitromusée. Depuis 2021, nous proposons un forfait « Séjour à Rue », avec

une nuit au Gîte du Gros Essert, et un repas à la crêperie, 12 personnes en ont déjà profité.

**Ventes de forfaits individuels : CHF 3'284.-**

### MOBILITÉ DOUCE

La mobilité douce est un axe essentiel pour toute destination touristique, et ce particulièrement depuis la pandémie. Le retour à la nature est une tendance confirmée : celle-ci génère une très grande fréquentation sur les itinéraires pédestres, cyclables et VTT. Pour preuves chiffrées l'augmentation des locations de la Route du Cœur ou encore le très grand succès de notre carte pédestre et ses 4'000 exemplaires écoulés en moins d'un an (voir p. 13).

#### RÉSEAU PÉDESTRE

Tous les itinéraires de randonnée pédestre du Canton de Fribourg sont balisés par une équipe coordonnée et financée par l'Union Fribourgeoise du Tourisme ; l'entretien de ceux-ci revient aux communes.

La fréquentation du Chemin de St-Jacques, itinéraire national (SuisseMobile n°4) traversant notre région, de même que celle du Sentier du vitrail (itinéraire local n° 271) et des sentiers thématiques (Vitroparcours, Sentier des fées, Balades à Rue, Sur les Pas de Marguerite Bays) est difficile à quantifier. La tendance générale à la hausse est toutefois très claire, il suffit de se balader par beau temps pour le constater.



© Pascal Gertschen

## RÉSEAU CYCLABLE ET VTT

Romont Région est traversé par plusieurs itinéraires cyclables régionaux (SuisseMobile 62, 87 et 99 – Route du Cœur) et dispose de plus de 200 km de parcours VTT balisés.

- Bike Trail Association

Bike Trail Association est une association récemment créée en Glâne pour redynamiser le VTT dans notre région. Elle prend en charge le mandat donné par l'Office du Tourisme pour le balisage des parcours VTT.



Les membres de cette association sont très dynamiques et fourmillent d'idées et de projets. Répondants glânois pour le projet de développement du VTT dans le canton de Fribourg, ils sont d'ores et déjà des partenaires prépondérants avec lesquels l'Office du Tourisme est en étroite collaboration pour développer le VTT en Glâne.

**Projets : Intégration sur SuisseMobile  
Renouvellement des autorisations  
Pose de panneaux de sensibilisation**

- Nouveauté : Parcours d'obstacles VTT

En étroite collaboration avec Mehdi Ruffieux, initiateur du projet, un parcours d'obstacles VTT sur une boucle de 5 km a été mis en place dans la Forêt de la montagne de Lussy et inauguré en juillet 2021.

Accessible pour tous publics, familles, amateurs de VTT ou athlètes, il est composé de 14 obstacles réalisés par la Corporation Forestière Glâne-Farzin : agilité, freinage, slalom, pierrier, virages, équilibre, saut ou encore passerelles.



**Coûts du projet : CHF 17'269.-  
Revenus du sponsoring : CHF 11'700.-  
Solde OTR : CHF 5'568.80 dont CHF 2'000.- pris  
sur réserve VTT**

## ESCAPE ROOM À LA TOUR DE FRIBOURG

4<sup>E</sup> SAISON – 3<sup>E</sup> JEU

L'escape room créé par Frédéric Rossier, notre ancien président, aidé de son fils Rémi, a connu en 2021 une baisse des réservations (82 sessions entre mai et décembre contre 106 en 2020). La fermeture et les restrictions liées au pass sanitaire dès le 13 septembre 2021 ainsi que le fait que le jeu soit le même qu'en 2020 expliquent probablement cette diminution des réservations. Le weekend d'Halloween est toutefois chaque année un grand succès, avec sa décoration et son ambiance particulière.



Chaque participant reçoit un bon de réduction pour une consommation auprès des restaurants et boulangeries membres (intramuros).

Un nouveau jeu est en cours de préparation par Rémi Rossier pour une ouverture prévue en été 2022.

**9 jeunes animateurs  
CHF 5'800.- de salaires versés  
CHF 1'163.36 de bénéfice**

## ANIMATIONS ET ÉVÈNEMENTS

### ORGANISATION D'ÉVÈNEMENTS

Les évènements sont un excellent moyen de promouvoir et d'animer la région et de faire vivre ses prestataires touristiques et commerciaux ; c'est la raison pour laquelle l'Office du Tourisme s'investit chaque année énormément dans ce domaine. L'équipe de l'Office du Tourisme a mis sur pied 25 animations ponctuelles durant l'année 2021, et était engagée dans les comités d'organisation de 4 évènements majeurs : Bénichon de Romont, Vitrofestival, 20h de musiques et Tour de Romandie. Malgré la pandémie, le travail d'organisation des évènements n'a pas fléchi (reports, adaptations, etc) et toutes les animations de l'Office du Tourisme ont pu avoir lieu en 2021.

**Investissements cash : CHF 46'973.46**

**Coûts RH : près de CHF 25'000.-**

#### ANIMATIONS CRÉÉES PAR L'OFFICE DU TOURISME

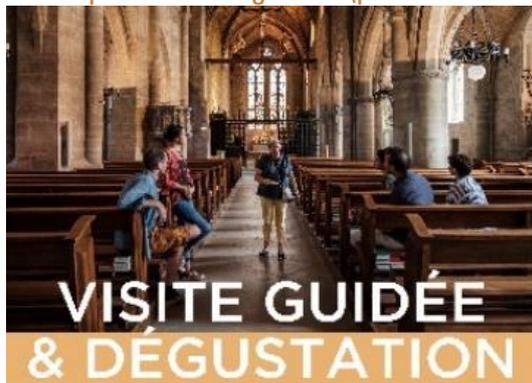
##### ▪ Visites guidées publiques

Trois visites commentées ont été offertes en 2021 à Romont et Mézières. Ces visites sont appréciées des participants qui y (re)découvrent le patrimoine glânois et y dégustent de délicieux produits du terroir :

- 19 juin : « Les 5 sens » sur le Vitroparcours
- 28 août : Le Groupe St-Luc (St-Charles)
- 9 octobre : L'Eglise de Mézières

**75 participants**

**6 partenaires régionaux (produits terroir)**



##### ▪ Animations estivales à la Tour du Sauvage

Notre saison culturelle anime chaque été la tour avec un programme d'animations variées. Du 24 juin au 9 septembre se sont succédé des expositions de photographies, peintures, vitraux, dentelles, sculptures... et les Jeudis du Sauvage : lectures, concerts rock/blues/swing, contes ou encore films de voyage.

**10 semaines d'animations : 1'200 participants  
35 artistes et artisans**



- **Nouveauté** : Nuit de la rando

Pour la première fois en 2021, l'Office du Tourisme a organisé une randonnée nocturne intégrée au programme de l'Association Suisse Rando. Celle-ci a eu lieu le samedi 17 juillet 2021, au départ de la ville de Rue au coucher du soleil, les participants guidés par un accompagnateur en montagne ont pu rejoindre le Gîte du Gros Essert pour y déguster une soupe de chalet avant de redescendre au clair de lune.

**20 participants (maximum)**  
**2h30 de marche**



- **Nouveauté** : Fête de saint Jacques

2021 étant une année jacquaire (le 25 juillet tombait un dimanche), nous avons organisé diverses animations sur le thème du Chemin de Compostelle. L'objectif est de positionner Romont comme une étape incontournable sur le Chemin. Une **brochure** a été éditée spécialement sur ce thème (voir p. 13).



Un **pèlerinage culturel et gourmand** a conduit plus de 150 participants venant de la région et de toute la Suisse romande sur une partie du Chemin de Compostelle à travers Romont. Au départ de la Fille-Dieu, le parcours d'environ 2 heures était ponctué de 6 dégustations et 4 découvertes des représentations du Saint (fresques murales, statues et vitraux). Les enfants pouvaient y décorer un bâton de pèlerin.



L'Office du Tourisme a également organisé une **exposition de photos** prises par des pèlerins ayant fait le Chemin de Compostelle. Celle-ci était agrémentée de diverses informations utiles et chiffres-clés concernant ce pèlerinage. Elle était visible durant tout l'été sur le chemin de ronde et dans la cour du château ainsi que dans la Tour de Billens, mise à disposition par la Ville de Romont.

**150 participants au pèlerinage gourmand**  
**Probablement 1'000 visiteurs aux expositions**  
**Coûts : CHF 4'677.55**

- Bénichon de Romont

Relancée sur l'initiative de l'OT et organisée par un comité ad hoc, c'est la rencontre conviviale et gastronomique du début de l'automne. L'OT supervise l'évènement et gère les dicastères administration, finances, sponsoring et marketing. Le comité d'organisation inclut également la commune de Romont, la SICARE, l'Union des Sociétés romontoises et des bénévoles.



Une très belle affluence a marqué cette 2<sup>e</sup> édition, les 9 et 10 septembre 2021, sur la place de l'Hôtel de ville, malgré la décision de ne pas organiser le repas des entreprises en raison du COVID. La recette fonctionne : assiettes de Bénichon, marché, bar, animations pour les enfants, marché anglais ravissent les nombreuses familles présentes.

**30 stands artisanaux**  
**528 snacks et 216 assiettes consommées**  
**CHF 3'000.- reversés aux sociétés locales**

#### AUTRES ÉVÈNEMENTS AUXQUELS L'OT PARTICIPE

- Vitrofestival et 20h de musiques

En raison de la pandémie, trois évènements majeurs prévus en 2020 et 2021 ont été reportés

à 2022. Le Vitrofestival Romont (9-10.04.22) et les 20 Heures de musiques Romont (24.09.22), ainsi que le Comptoir de Romont – Foire de la Glâne (7-11 septembre 2022). Michaela Catano représente l'Office du Tourisme au sein des comités deux premiers évènements. Tous les acteurs ont travaillé d'arrache-pied avant, pendant et après la pandémie pour gérer les décisions du Conseil Fédéral, adapter, reporter. Un mandat pour la gestion administrative des contrats des artistes pour les 20 Heures de Musiques nous est également confié.

- Exclusivité : Tour de Romandie

Le Tour de Romandie a eu pour la 4<sup>e</sup> fois une étape à Romont. Le comité d'organisation a été mis sur pied en 2<sup>e</sup> partie d'année 2021, soit assez tardivement. L'étape qui a traversé toute la Glâne et deux fois le centre-ville de Romont a eu lieu le mercredi 27 avril 2022.

#### AGENDA DES ÉVÈNEMENTS

En plus de l'organisation d'évènements, la promotion des manifestations glânoises organisées par les sociétés locales ou les collectivités publiques est également une mission de l'Office du Tourisme.

Nous tenons à jour de manière proactive le calendrier des évènements, qui recense tout évènement à caractère public se déroulant dans une commune glânoise. Celui-ci est accessible sur notre site [www.romontregion.ch/events](http://www.romontregion.ch/events). Ces évènements sont également envoyés chaque semaine aux médias régionaux, et automatiquement repris sur FribourgRegion.ch ainsi que sur le site internet de Suisse Tourisme : [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com): une visibilité très importante.

Les évènements de nos partenaires font régulièrement l'objet de posts Facebook ou de stories Instagram.

## MANDATS

### VITROMUSÉE – CONVENTION DE COLLABORATION (PROMOTION)

Une convention entre le Vitromusée et l'Office du Tourisme a été signée en 2019 ; celle-ci régit l'étroit partenariat entre nos deux institutions et définit les tâches et le rôle de l'Office du Tourisme dans la promotion du musée.

En contrepartie de la somme versée par le Vitromusée, l'OTR s'engage à intégrer le musée et ses activités dans un maximum de campagnes et d'actions de promotion. De plus, la participation financière aux associations telles que Châteaux Suisses et Léman Sans Frontières est répartie entre les deux parties.

**Revenu lié à cette convention : CHF 80'000.-**  
**Participations directes de l'OTR: CHF 4'360.75**



*Yoki, Saint Georges, atelier Michel Eltschinger, 1981, dalle de verre, Vitromusée Romont, VMR 240. © Ayants droit ; photo : Vitrocentre Romont / Yves Eigenmann.*

### 20 HEURES DE MUSIQUES – MANDAT ADMINISTRATIF

Depuis 2018 (organisation de l'édition 2020), un mandat de prestations lie l'Office du Tourisme à l'Association des 20 Heures de musiques Romont pour la gestion des contrats des artistes, la recherche de fond auprès des donateurs, le suivi des sponsors et la coordination. Ces activités complètent la gestion habituelle du dicastère promotion et marketing.

**Revenu du mandat en 2021 : CHF 5'000.-**  
**Prochaine édition le samedi 24 septembre 2022**  
**(reportée de 2020)**

### VILLE DE RUE – MANDAT SIGNALÉTIQUE



*© Upperview Prod.*

Courant 2021, la ville de Rue a mandaté l'Office du Tourisme de Romont et sa région pour développer un concept de signalisation et d'information. Satou Dosso (cheffe de projet), a mené à bien ce projet qui s'est terminé au printemps 2022 (Voir p. 5).

**Budget global du projet**  
**(financé par la ville) : CHF 15'000.-**  
**Mandat Office du Tourisme : CHF 3'500.-**

### 3. STATISTIQUES TOURISTIQUES 2021

#### LE TOURISME EN PHASE DE REPRISE

Le tourisme suisse est actuellement dans une phase de reprise, avec des nuitées hôtelières et parahôtelières en bonne progression par rapport à 2020, mais qui restent dans la plupart des régions suisses et fribourgeoises un niveau en-dessous de l'année record du tourisme suisse en 2019.

#### ANNÉE RECORD POUR LES NUITÉES EN GLÂNE

Pour la Glâne, toutefois, **2021 est une année record**, avec 22'097 nuitées : 12'197 nuitées effectives enregistrées par la Centrale fribourgeoise d'encaissement des taxes de séjour (hôtels, chambres d'hôtes, chalets et appartements, hébergements collectifs et camping de passage confondus) ainsi que 9'900 nuitées facturées sous forme de forfaits aux propriétaires.

#### LES NUITÉES HÔTELIÈRES ET LES NUITS EN CAMPING-CARS DOUBLENT EN 2021

Alors que les nuitées hôtelières cantonales et suisses sont encore en forte baisse par rapport à 2019, **les nuitées hôtelières ont doublé en Glâne en 2021**. Elles représentent plus de la moitié des nuitées effectives enregistrées par la Centrale fribourgeoise des taxes de séjour.

**Nuitées en Glâne 2019-2021 : +25%**  
**Nuitées hôtelières Glâne (6'204) : +98.9%**



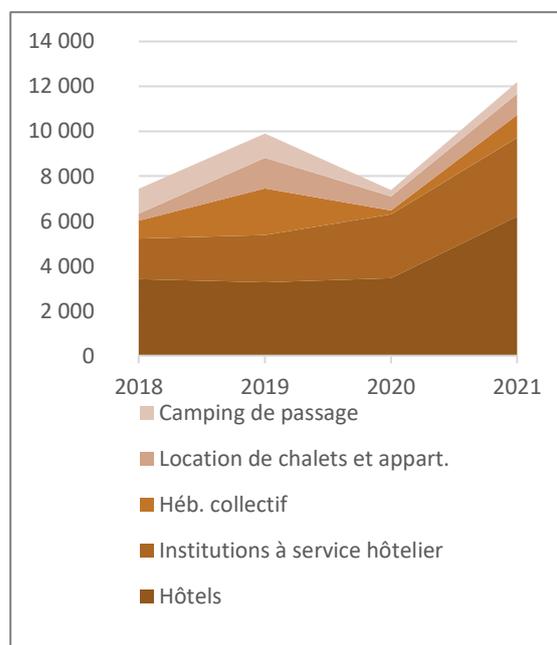
© Hôtel la Belle-Croix, Romont

Les nuitées générées par les camping-cars et autres vans sont en forte augmentation, confirmant la tendance très forte ressentie depuis la pandémie.

Les institutions à service hôteliers (chambres d'hôtes) déclarent chaque année plus de nuitées à la Centrale d'encaissement des taxes de séjour ; une conséquence directe de la convention signée en 2020 entre l'Union Fribourgeoise du Tourisme et Airbnb.

#### LES HÉBERGEMENTS COLLECTIFS TOUJOURS À LA PEINE

Les hébergements collectifs subissent quant à eux toujours une forte baisse par rapport à avant la pandémie (-52%).



**Nuitées effectives dans les différents types d'hébergement entre 2018 et 2021 en Glâne (source UFT)**

## LES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

### RESTAURATION

En 2021, les mesures de restrictions imposées par le Conseil fédéral en lien avec la pandémie ont encore durement impacté les restaurants : plusieurs mois de fermeture suivis des règles des 3G, 2G et 2G+.

Tous les restaurateurs ont été mis à rude épreuve, y compris nos deux établissements distingués par le Gault et Millau.

Pour soutenir les restaurateurs et hébergeurs, l'Office du Tourisme leur a offert la cotisation annuelle 2021 et fait un rabais de 50% sur la cotisation 2022. De plus, la promotion des restaurants a été renforcée, notamment en tenant à jour une liste des établissements qui proposaient des plats à l'emporter (2<sup>e</sup> page la plus visitée en 2021).

[Page romontregion.ch/resto](https://romontregion.ch/resto) : 12'058 vues

### ACTIVITÉS EN PLEIN AIR

Les restrictions, le masque obligatoire ainsi que la limite du nombre maximum de personnes par groupe dans les espaces fermés ont favorisé les activités touristiques dans la nature, qui ont été particulièrement appréciées des visiteurs.

Les statistiques de fréquentation de l'itinéraire cyclable de la **Route du Cœur** sont excellentes.



*Sur la Route du Cœur © Pascal Gertschen*

Elles prouvent le très fort essor des activités de mobilité douce et les loisirs de plein air. Selon les estimations de Herzroute AG, on peut estimer à plus de 4'000 le nombre de cyclistes qui ont traversé notre région en 2021.

Le sentier pieds nus « **Le Pied Total** » à Villarimboud tire son épingle du jeu en 2021 et enregistre une très légère hausse par rapport à 2019.



*Jardin de la Passion © Upperview Prod.*

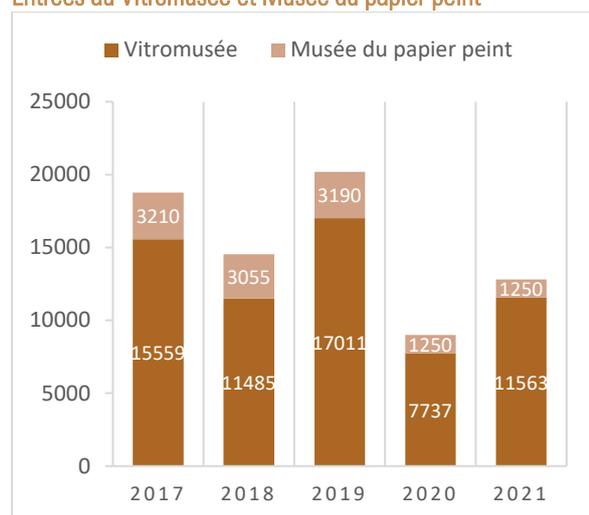
Le Jardin de la Passion a quant à lui eu une saison 2021 très mauvaise en raison des restrictions et de la météo. Seuls quelques groupes sont venus à Estévenens, et quelques 200 visiteurs individuels.

**Pied Total : 912 visites (+2.59% vs 2019)**  
**Route du Cœur : 1398 locations à Lausanne et Romont (+45% vs 2019)**

## MUSÉES GLÂNOIS

La fermeture des musées du 9 janvier au 2 mars 2021 ainsi que les différentes restrictions liées à la pandémie ont été autant de facteurs négatifs pour les visites guidées, les visiteurs individuels ainsi que les activités organisées par nos partenaires culturels.

### Entrées au Vitromusée et Musée du papier peint



### VITROMUSÉE ROMONT

En 2021, le Vitromusée Romont a fêté son 40e anniversaire avec un riche programme d'expositions et d'activités variées. En synergie avec le Vitrocentre Romont, deux colloques internationaux ont été organisés en lien avec les expositions temporaires « Interconnected – Venise et Romont en dialogue » et « Du précieux au quotidien. Le verre plat dans l'architecture ». Le Vitromusée Romont a organisé deux visites d'atelier chez les verriers Michel Eltschinger à Villars-sur-Glâne et Daniel Stettler à Berne.



Dans le cadre du Projet de transformation, soutenu par l'Etat de Fribourg, le Vitromusée Romont a lancé un nouveau format de médiation numérique : **l'application de réalité augmentée**

**Artifact Vitromusée.** De manière interactive et ludique, elle complète les riches collections d'art verrier présentées au Vitromusée Romont avec des informations multimédias telles que des images, du son, des vidéos, des animations et des effets spéciaux.

**7 expositions vernies en 2021**  
**15<sup>e</sup> position des musées fribourgeois**

### MUSÉE DU PAPIER PEINT, MÉZIÈRES

Le Musée du papier peint de Mézières a accueilli le premier **Salon de l'Estampe Contemporaine**, de décembre à juin 2021, attirant de nouveaux visiteurs amateurs de cet art. L'exposition photographique **PRIMAL** – visible de juin 21 à janvier 22 – a également connu un bon succès et offert des conférences traitant de différentes problématiques architecturales.

Un film de « **Meurtres et Mystères à domicile** » a été tourné au musée et est désormais proposé à la vente sur le site Internet, à la boutique du musée et à l'Office du Tourisme.

### Meurtres et Mystères : « Le Secret du Capucin »



De plus, le permis de construire pour un projet de réaménagement de l'espace derrière le château de Mézières en un **jardin avec trompe-l'œil** a été délivré en automne 2021 ; il s'agira d'un jardin inédit en Suisse.

**1'250 visiteurs en 2021**  
**2<sup>e</sup> Salon de l'Estampe prévu début 2023**

## 4. ORGANISATION ET ADMINISTRATION

### COMITÉ ET BUREAU

Le *comité* de l'Organisation touristique régionale de Romont et sa région est l'organe stratégique et décisionnel de l'Office du Tourisme et se réunit entre 3 et 5 fois par an.

Le *bureau* est formé des co-directrices, du président et de la vice-présidente ; il se réunit aussi souvent que nécessaire pour la préparation des comités et la gestion plus opérationnelle des tâches courantes.

COMPOSITION DU COMITÉ (2021) :

- **Nicolas Dafflon**, président (dès juin 21)
- **Stefanie Losey**, vice-présidente et représentante de la Ville de Romont
- **Joseph Aeby**, représentant des communes glânoises (a intégré le comité en juin 2021, son élection est à valider par l'AG 2022)
- **Bernard Charrière**, représentant de Gastro Glâne
- **Jacques Girard**, représentant de la SICARE
- **Madeleine Fasel-Eggs** et **Floriane Pochon**, toutes deux à titre personnel
- **Eliane Celeschi**, secrétaire, et **Michaela Catano**, toutes deux co-directrices de l'Office du Tourisme



*Pèlerins dans la cour © Pascal Gertschen*

### MEMBRES COTISANTS

En 2021, l'Organisation touristique régionale a offert une réduction de 50% sur la cotisation annuelle de la quarantaine de restaurateurs, hôteliers et hébergeurs membres (CHF 50.- au lieu de CHF 100.-). 10 partenaires (artisans de produits du terroir), 37 membres privés et 55 entreprises ont payé leur cotisation annuelle en 2021. Une légère baisse des membres privés est à relever (-13).

**144 membres : revenus CHF 7'350.-**  
**42 cotisations offertes (valeur CHF 4'200.-)**



*Collégiale © Pascal Gertschen*

### OFFICE DU TOURISME

L'équipe de l'Office du Tourisme au 31.12.2021 :

- Michaela Catano (100%)
- Eliane Celeschi (45%)
- Lorraine Bigler (50%)
- Claudine Derwey (20%)
- Jasmine Monnard (stagiaire, 100%)

En plus des 4 employées et du/de la stagiaire engagés en fixe par l'Office du Tourisme (2,15 EPT + 1 stagiaire à 100%), en 2021 CHF 10'650.- de salaires bruts ont été versés pour des mandats, pour les animateurs de l'escape game et les guides touristiques).

**Charges liées au personnel : CHF 247'248.70**  
**Avec 16 collaborateurs externes : CHF 14'491.-**

## 5. PROGRAMME D'ACTIVITÉS 2022

### MARKETING ET PROMOTION

Le budget marketing 2022 est légèrement augmenté pour y intégrer la réédition de la carte rando dont le stock est déjà presque écoulé. Nous tiendrons également un stand à la BEA 2022 en collaboration avec le Vitromusée. Il reste un important travail à fournir pour le site internet lancé en décembre 2021.

**Investissements marketing : CHF 73'650.- (+5%)**  
**Revenus liés au Fond cantonal de marketing coordonné : CHF 18'800.-**

### PRESTATIONS EN FAVEUR DES HÔTES

#### ACCUEIL ET INFORMATION

Les panneaux autoroutiers accueillant les hôtes arrivant de Berne ou de la Riviera aux bords de l'A12 doivent être remplacés. Un concept cantonal est mis en place par l'Union Fribourgeoise du Tourisme, mais le financement revient aux destinations.

**Budget global : CHF 35'000.-**  
**Participation OTR : CHF 20'000.-**  
**Participation Ville de Romont : CHF 15'000.-**

#### PRODUITS TOURISTIQUES ET RÉSEAUX DE RANDONNÉE

Des **visites guidées** de la ville de Rue seront développées en 2022, et un nouveau jeu mis en place pour **l'escape game** de Romont. L'Office du Tourisme sera également impliqué dans les projets de développement du VTT en Glâne, en collaboration avec Bike Trail Association. Le dépôt d'un projet touristique pour demander un soutien NPR est également prévu.

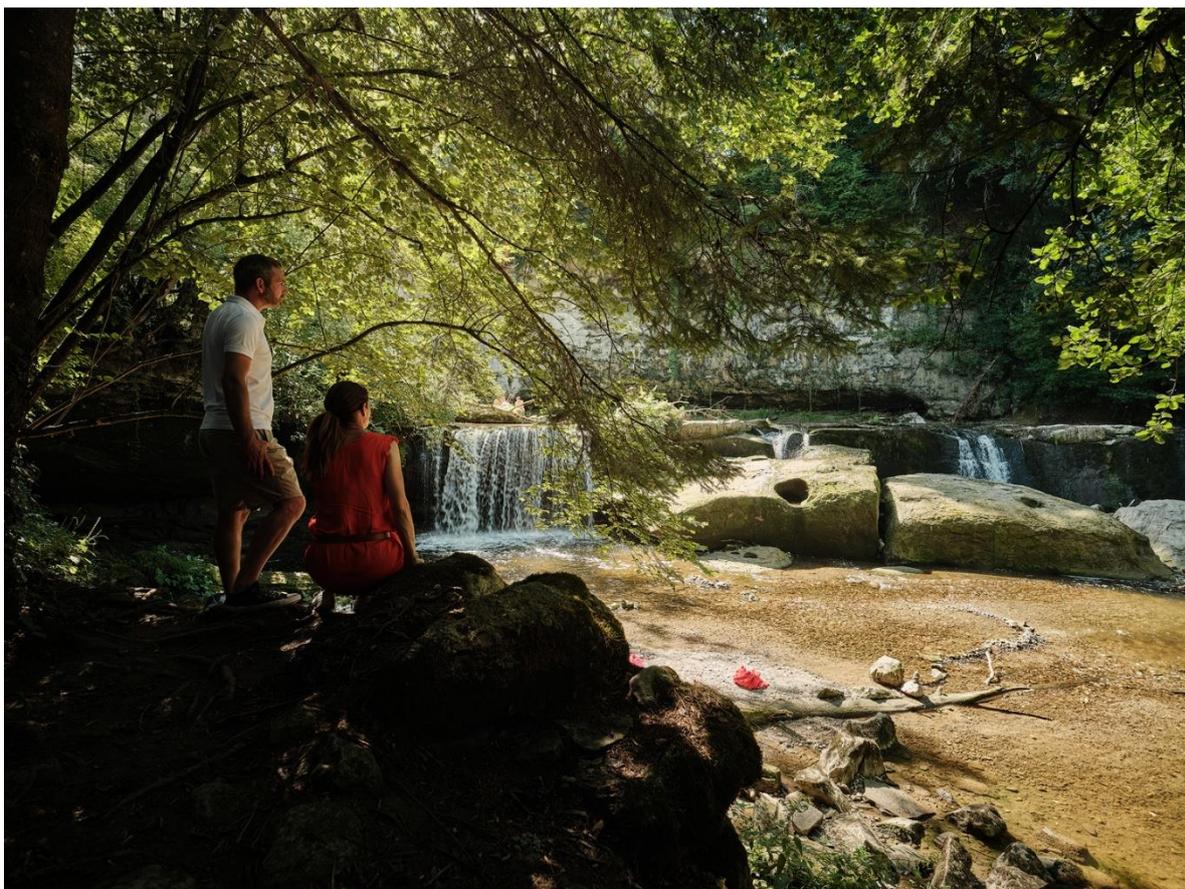
### ÉVÈNEMENTS

L'Office du Tourisme de Romont et sa région sera impliqué dans de nombreux **événements** en 2022, dont le Vitrofestival (reporté de 2021) et les 20 Heures de musiques Romont initialement prévus en 2020.

- Vitrofestival 9-10 avril
- Tour de Romandie 27 avril
- Visites guidées publiques 2 avril, 21 mai, 9 octobre
- Tour du Sauvage, juin-septembre 2022
- Nuit de la rando 16 juillet
- 50 ans de Drognens 26-28 août
- Bénichon 2-3 septembre
- Foire de la Glâne 7-11 septembre
- 20 Heures de musiques 24 septembre



**Coûts des événements : CHF 45'300.-**  
**Estimation coût personnel : CHF 50'000.-**  
**Revenus des événements : CHF 37'450.-**



*Chutes de Chavannettes, Rue © Pascal Gertschen*

## ACTIVITÉS STRATÉGIQUES

---

Le contexte touristique et politique induit de nombreux changements qui impacteront l'Organisation touristique régionale de Romont et sa région en 2022 et dont les conséquences sont importantes pour l'avenir de notre région et son développement touristique :

- Adaptations et stratégies en lien avec la dissolution de la Région Glâne-Veveyse
- Plan Directeur Régional (participation à l'élaboration)
- Développement touristique Rue (implication de l'OTR dans le mandat de la ville à ImmoTour)
- Poursuite du projet *FIT'NG 2021*, de coopération entre les destinations touristiques cantonales (comptabilité)

Le marketing, si essentiel à la visibilité et au positionnement de Romont et sa région dans le paysage touristique, les nombreux événements d'importance qui animeront Romont et sa région, ou encore le développement de nouveaux produits touristiques, et bien d'autres projets sont à venir.

Le 18 mai 2022

**Office du Tourisme de Romont et sa région**  
Eliane Celeschi et Michaela Catano

Co-Directrices

L'année 2022 s'annonce donc particulièrement intense : des tâches stratégiques cruciales se joindront aux activités de l'Office du Tourisme.

## 6. COMPTES ET RAPPORT DE RÉVISION

### COMPTES 2021 ET BUDGET 2022

	Budget 2022		Comptes 2021		Budget 2021		Comptes 2020	
Subventions des communes		206 500.00		206 744.40		205 500.00		205 123.50
Subvention UFT		0.00		12 000.00		12 000.00		12 000.00
Cotisations des membres		11 000.00		8 350.00		7 500.00		13 000.00
Taxe régionale de séjour		3 000.00		4 410.20		1 800.00		6 473.20
Taxe locale de séjour		7 500.00		9 585.35		4 500.00		2 657.25
<b>Recettes</b>		<b>228 000.00</b>		<b>241 089.95</b>		<b>231 300.00</b>		<b>239 253.95</b>
Mandat marketing (Vitromusée)		80 000.00		80 000.00		80 000.00		80 000.00
Billetteries (Bicubic et Capucins)	3 500.00	14 500.00	4 360.30	13 866.10	4 000.00	8 700.00		2 315.60
Mandat administratif (20 heures de musiques)		2 500.00		5 000.00		5 000.00		658.75
Mandat coord. visites guidées Vitromusée		1 000.00		740.00		700.00		310.00
Mandats touristiques (Rue)			906.28	2 000.00				
<b>Commissions et prestations de servi</b>	<b>3 500.00</b>	<b>98 000.00</b>	<b>5 266.58</b>	<b>101 606.10</b>	<b>4 000.00</b>	<b>94 400.00</b>		<b>83 284.35</b>
Publications	13 500.00		13 358.92		8 500.00		29 497.60	10 033.60
Salons et matériel promo/give-aways	8 000.00		1 084.35		6 560.00		1 867.35	
Marketing digital	4 250.00		5 612.15		4 750.00		5 038.53	
Participations FM (campagnes promo)	36 500.00	18 800.00	36 530.20	18 885.00	36 500.00	18 800.00	33 893.00	17 225.00
Autres partenariats et investissements	11 400.00		14 756.20		13 900.00		9 742.65	
<b>Marketing</b>	<b>73 650.00</b>	<b>18 800.00</b>	<b>71 341.82</b>	<b>18 885.00</b>	<b>70 210.00</b>	<b>18 800.00</b>	<b>80 039.13</b>	<b>27 258.60</b>
Accueil & Information (sans salaires)	20 950.00	700.00	3 257.20	563.85	3 450.00	700.00	3 267.83	908.10
Événements organisés par l'OT	10 450.00	6 450.00	15 306.41	6 320.20	14 000.00	6 000.00	3 936.30	2 410.80
Bénichon	30 850.00	31 000.00	31 582.95	31 007.40	30 850.00	31 000.00	0.00	0.00
Événements organisés par des tiers	4 000.00		84.10		0.00		0.00	
Réseaux de randonnée (pédestre/VTT)	1 500.00		3 860.00		1 500.00		1 669.25	
Parcours d'obstacles VTT	1 000.00		17 268.80	11 700.00				
Produits touristiques groupes	8 200.00	8 250.00	2 201.60	2 087.00	6 000.00	5 000.00	2 820.00	1 298.00
Produits touristiques ind.	1 200.00	1 200.00	3 100.80	3 284.00	400.00	450.00	415.00	544.00
Escape room	6 000.00	7 500.00	7 153.64	8 317.00	6 000.00	7 500.00	9 343.85	9 780.00
<b>Prestations en faveur des hôtes</b>	<b>84 150.00</b>	<b>55 100.00</b>	<b>83 815.50</b>	<b>63 279.45</b>	<b>62 200.00</b>	<b>50 650.00</b>	<b>21 452.23</b>	<b>14 940.90</b>
Gestion institutionnelle & RP	3 500.00		3 696.65	1 600.00	3 000.00	2 000.00	2 061.70	1 600.00
<b>Développement touristique</b>	<b>3 500.00</b>	<b>0.00</b>	<b>3 696.65</b>	<b>1 600.00</b>	<b>3 000.00</b>	<b>2 000.00</b>	<b>2 061.70</b>	<b>1 600.00</b>
Traitements et charges sociales	237 100.00		246 046.1	984.3	237 100.00		230 541.8	22 977.65
Formation et frais RH	2 700.00		1 202.6		3 200.00		2 927.25	
<b>Personnel</b>	<b>239 800.00</b>		<b>247 248.7</b>	<b>984.3</b>	<b>240 300.00</b>		<b>233 469.05</b>	<b>22 977.65</b>
Charges administratives	8 550.00		6 068.01		8 400.00		8 703.7	
Informatique & IT	4 900.00		10 935.7		7 790.00		8 062.00	
Assurances	1 800.00		1 533.45		1 800.00		1 703.15	
Loyer et charges locatives	15 900.00		15 744.95		15 900.00		15 580.2	
<b>Autres charges d'exploitation</b>	<b>31 150.00</b>		<b>34 282.11</b>		<b>33 890.00</b>		<b>34 049.05</b>	
Charges et produits extraordinaires		0.00		20 230.75		19 627.00		10 479.64
<b>Total intermédiaire</b>	<b>435 750.00</b>	<b>399 900.00</b>	<b>445 651.36</b>	<b>447 675.55</b>	<b>413 600.00</b>	<b>416 777.00</b>	<b>371 071.15</b>	<b>399 795.09</b>
<i>Résultat d'exploitation (bénéfice/ perte)</i>		<i>35 850.00</i>	<i>2 024.19</i>		<i>3 177.00</i>		<i>28 723.94</i>	
Réserves et provisions (création/ utilisati	4 000.00		4 178.00	2 000.00			28 346.4	
Réserve Bénichon	150.00			575.55	150.00			
<b>Résultat de l'exercice (bénéfice/ perte)</b>		<b>40 000.00</b>	<b>421.74</b>		<b>3 027.00</b>		<b>377.54</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>439 900.00</b>	<b>439 900.00</b>	<b>450 251.1</b>	<b>450 251.1</b>	<b>416 777.00</b>	<b>416 777.00</b>	<b>399 795.09</b>	<b>399 795.09</b>

## BILAN AU 31.12.2021

	31.12.2021		31.12.2020	
<b>Total ACTIFS</b>	<b>228 238.91</b>		<b>246 674.37</b>	
Caisses	4 650.45		7 441.40	
Postfinance 17-7807-1	30 702.78		30 798.78	
BCF Office du Tourisme	146 207.35		184 411.45	
BCF Bénichon	3 851.65		1 864.90	
UBS 771591.0	2 118.50		2 118.50	
<b>Liquidités</b>	<b>187 530.73</b>		<b>226 635.03</b>	
Débiteurs et comptes de réconciliation	20 646.26		6 979.55	
Prêt de l'OT à Bénichon de Romont	3 000.00		3 000.00	
Comptes de réconciliation (twint, SixPayment,...)	210.12		4.24	
<b>Débiteurs</b>	<b>23 856.38</b>		<b>9 983.79</b>	
<b>Actifs transitoires</b>	<b>15 347.50</b>		<b>5 598.95</b>	
Matériel d'exposition	1.00		561.00	
Matériel informatique	1.00		891.00	
Frais première édition "Bénichon de Romont"	1 502.30		3 004.60	
<b>Actifs immobilisés</b>	<b>1 504.30</b>		<b>4 456.60</b>	
<b>TOTAL PASSIFS</b>		<b>228 238.91</b>		<b>246 674.37</b>
Créanciers		32 579.60		5 504.45
C/C AniMont		630.70		0.00
C/C ça bob Romont, don!		-288.50		0.00
C/C Billetteries		35 544.10		71 819.00
Emprunt par la Bénichon à l'OT		3 000.00		3 000.00
Bons cadeaux en circulation		200.00		
<b>Engagements à court terme</b>		<b>71 665.90</b>		<b>80 323.45</b>
<b>Passifs transitoires</b>		<b>10 351.20</b>		<b>22 153.30</b>
Réserve ordinaire		59 986.40		55 856.40
Provision TS pour prest. en fav. des hôtes		821.16		821.16
Provision promotion		63 435.35		63 435.35
Provision VTT		365.30		2 317.30
Provision "Bénichon de Romont"		1 293.95		1 869.50
<b>Capitaux propres</b>		<b>125 902.16</b>		<b>124 299.71</b>
<b>Capital</b>		<b>19 897.91</b>		<b>19 520.37</b>
<b>Résultat de l'exercice (bénéfice/perte)</b>		<b>421.74</b>		<b>377.54</b>

Révision effectuée par la Fiduciaire Valentin Scaiola en date du 3 mai 2022.



### Rapport de l'auditeur à l'assemblée générale ordinaire des membres de l'association

#### Organisation touristique régionale de Romont et sa région

Conformément au mandat qui nous a été confié, nous avons procédé à un examen succinct des comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de l'association pour l'exercice arrêté le 31 décembre 2021.

Ces comptes annuels relèvent de la responsabilité du comité, alors que notre responsabilité consiste à émettre un rapport sur les comptes annuels sur la base de notre examen succinct.

Nous avons effectué notre examen succinct selon la *Norme d'audit suisse 910 «Review (examen succinct) d'états financiers»*. Cette norme requiert que l'examen succinct soit planifié et réalisé en vue d'obtenir une assurance modérée que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalie significative. Un examen succinct comporte essentiellement des entretiens avec le personnel de l'association et des procédures analytiques appliquées aux comptes annuels. Il fournit donc un niveau d'assurance moins élevé qu'un audit. Nous n'avons pas effectué un audit, et, en conséquence, nous n'exprimons donc pas d'opinion d'audit.

Sur la base de notre examen succinct, nous n'avons pas relevé de faits qui nous laissent à penser que les comptes annuels ne donnent pas une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de l'Organisation touristique régionale de Romont et sa région, conformément au cadre légal et aux statuts.

Romont, le 3 mai 2022

Fiduciaire Valentin Scaiola



Valentin Scaiola  
Réviseur agréé (N° registre ASR 111262)

Annexe : comptes annuels