

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025



Organisation touristique Romont et sa région

SOMMAIRE

Mot du Président	2
Organisation	3
Collaborateurs	3
Comité et commission	3
Membres	3
Informations et Accueil	5
Statistiques visiteurs	5
Statistiques billetterie	5
Chiffres clés 2025	6
Nuitées	7
Statistiques musées	7
Produits touristiques	9
Visites guidées	9
Événements et Animations	9
Promotion	12
Campagnes marketing annuelles	12
Autres actions marketing et promotion	13
Communication	14
Site web	14
Brochures	14
Réseaux sociaux	15
Newsletters	15
Finances	17
Comptes	17
Bilan	18
Rapport de l'organe de révision	19
Perspectives 2026	21

MOT DU PRÉSIDENT

Pour notre organisation, 2025 aura été l'année de la stratégie touristique.

Aujourd'hui, celle-ci est en place. Mandatée par l'Association Glâne Région (AGR) à l'OTR et à l'entreprise Immotour Sàrl, elle a été conçue en tenant compte des spécificités glânoises. Elle nous fournit désormais les outils nécessaires pour avancer, main dans la main avec nos partenaires, et développer le tourisme dans notre région.

De nombreuses séances et échanges avec les parties prenantes ont permis d'aboutir à ce document, devenu la référence pour le développement touristique en Glâne. Véritable outil de travail pour notre office, il définit les contours d'un tourisme en adéquation avec notre région et dans lequel nous pouvons pleinement nous reconnaître.

En ce début d'année 2026, nous avons déjà pu présenter les premiers résultats concrets.

Le premier projet, issu des réflexions menées lors de l'élaboration de cette stratégie, a notamment été dévoilé à l'occasion du Comptoir de la Glâne. Sur un stand ludique, très apprécié du public, nous avons présenté notre nouvelle carte interactive. Les visiteurs ont également pu partager leurs découvertes en Glâne, mettant en valeur les pépites de la région. Un beau succès, qui illustre pleinement la mise en œuvre de notre stratégie touristique.

Il convient aussi de relever que ce projet est l'un des premiers à bénéficier d'un soutien financier de l'AGR. Grâce à la stratégie et aux fiches de projets associées, des critères clairs ont été définis, permettant à toute personne ou institution de déposer une demande de soutien. Une dynamique très positive est désormais en marche pour le tourisme régional.

Un mot encore pour souligner la richesse des manifestations à venir. Certaines sont organisées par notre office — comme les animations à la Tour du Sauvage ou les visites guidées — tandis que de nombreuses autres sont portées par les acteurs locaux. Un simple coup d'œil à l'agenda des manifestations sur notre site romontregion.ch témoigne du dynamisme et de la diversité de notre région.

Je tiens à remercier chaleureusement notre directrice Cynthia, les collaboratrices de l'office ainsi que les membres du comité de l'OTR pour leur engagement, leur dynamisme et leurs idées, qui contribuent chaque jour à faire vivre le tourisme en Glâne.

Mes remerciements vont également à l'Association Glâne Région, aux communes glânoises, ainsi qu'à l'ensemble de nos membres pour leur collaboration et leur précieux soutien.

Merci à toutes et à tous d'être les ambassadeurs de notre région !

Nicolas Dafflon

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

ORGANISATION

Equipe - Collaborateurs

Mme Cynthia Piot

Directrice

Mme Lorraine Bigler

Collaboratrice Accueil et Produits touristiques

Mme Virginie Brügger

Collaboratrice accueil

Mme Sarah Décrind

Collaboratrice marketing

Mme Joséphine Koenig

Collaboratrice Billetterie et Evénements

Mme Emilie Marchon jaquet

Collaboratrice administration/comptabilité

Equipe - Comité de l'association

M. Nicolas Dafflon

Président

Mme Stefanie Losey

Vice-présidente

M. Philippe Dubey

Représentant des communes de la Glâne

Mme Floriane Pochon

Membre individuelle

M. Joël Sallin

Représentant des commerçants

M. Vivien Devaud

Représentant des hôteliers restaurateurs

Equipe - Commission AGR "Tourisme, Patrimoine et Culture"

M. Philippe Dubey

Président

Mme Nicole Aeschlimann

Commune de Villaz

Mme Tania Dumas (jusqu'à avril 2025)

Commune de Siviriez

Mme Stefanie Losey

Commune de Romont

Mme Carole Luxenburger

Commune de Vuisternens

M. Fabien Reinhard (jusqu'au 30 juin) remplacé par **Mme Alexandra Risse Dougoud**

Commune de Torny

M. Jean-Pierre Chapuis (jusqu'à septembre 2025)

Commune de Villorsonnens

M. Loris Bossi

Commune de Rue

M. Philippe Bertone

Commune de Châtonnaye

Membres de l'OTR

160 membres au 31 décembre 2025

72 membres entreprises

36 membres privés

45 membres resto-hébergement

7 membres terroir



INFORMATION ET ACCUEIL

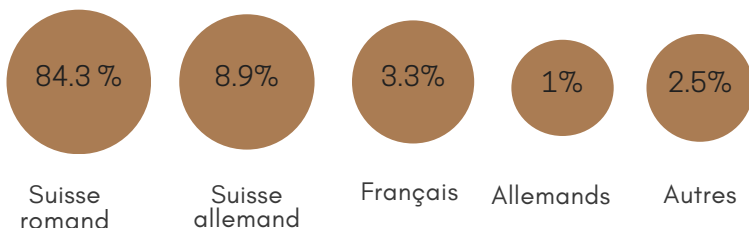
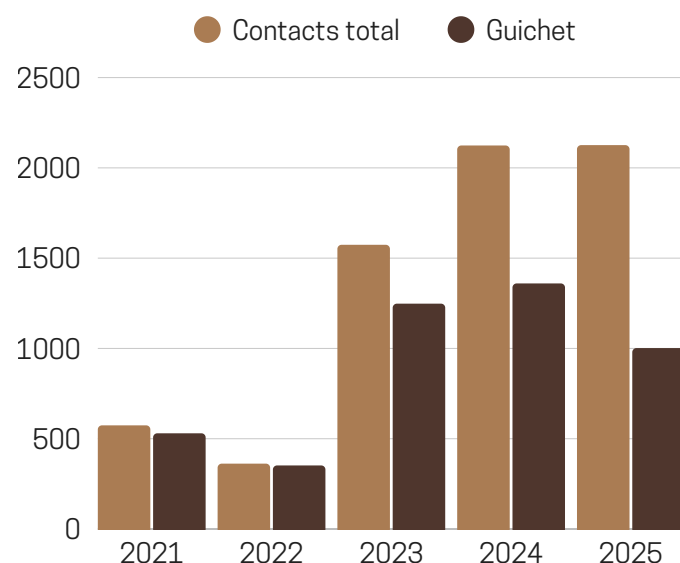
Statistiques visiteurs

Notre office du tourisme à Romont a été ouvert près de 280 jours durant l'année 2025. L'équipe de l'accueil renseigne les touristes, les pèlerins ainsi que les habitants de la région sur les actualités, activités et manifestations locales, que ce soit par téléphone, par e-mail ou directement au guichet. Notre équipe assure également la gestion de la billetterie des salles de spectacle du Bicubic et des Capucins.

L'office a enregistré plus de 2'700 contacts durant l'année 2025, avec une majorité de demandes effectuées au guichet. Plus de 65% de ces contacts concernaient des demandes touristiques.

Les demandes non touristiques ont également augmenté cette année, notamment suite aux changements liés au stationnement en ville de Romont et à la mise en place des parkings payants.

Nombres de contact à l'OTR



Statistiques billetterie



En comparaison à l'année précédente, le nombre de spectacles de la saison culturelle reste similaire, en revanche, le nombre de spectacle hors saison a vu une nette augmentation, passant de 5 en 2024 à 12 en 2025.

Le nombre de ventes en ligne a augmenté en comparaison à l'année 2025, réduisant le nombre de ventes à l'Office du tourisme.

La billetterie affiche des chiffres réjouissants pour les différentes salles de spectacle.

Ventes de la billetterie pour les organisateurs

Année 2025	Bicubic saison	Bicubic Hors -saison	Les Capucins	Total
Nbr. spectacles mis en ligne	17	12	5	34
Nbr. de représentations	20	21	5	46
Nbr. billets vendus à l'OT	725	1'296	218	2'239
Nbr. billets vendus au total	3'832	8'192	867	12'891

CHIFFRES - CLÉS 2025 VS 2024

- 3% nuitées régionales

+ 21,3% de nuitées "camping"

96'000 vus sur Instagram pour le forfait Escape & Fondue

+133% vente de forfaits

+7,5% followers Facebook

+28,4% followers Instagram



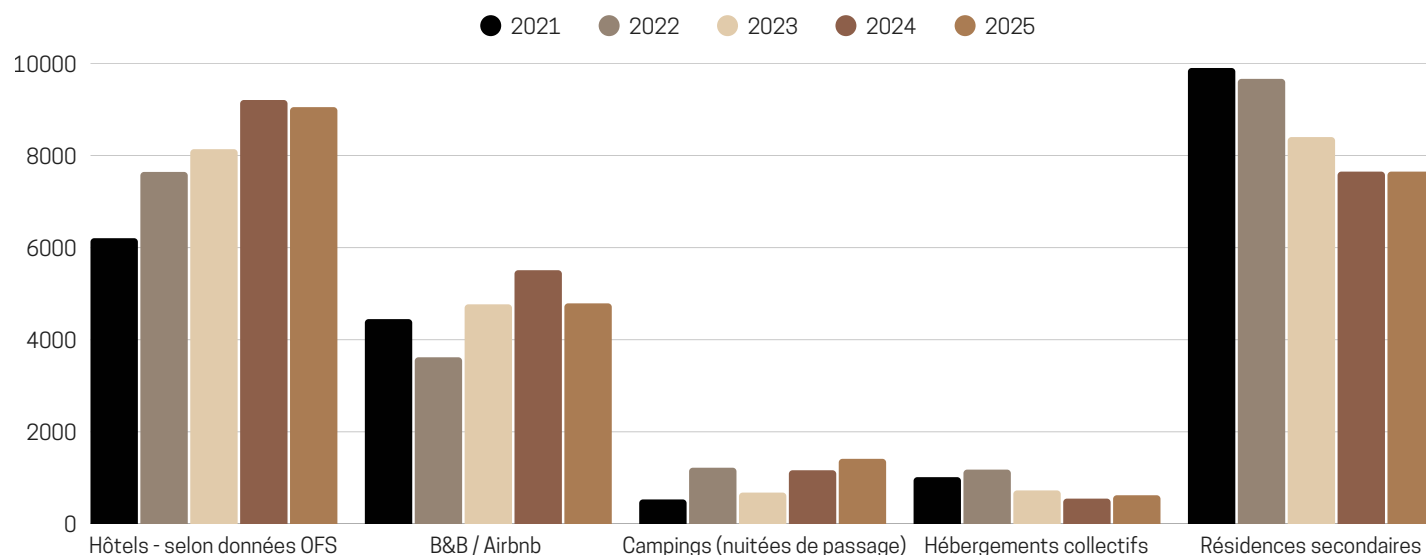
CHIFFRES - CLÉS

Nuitées en Glâne

Les nuitées dans la région connaissent une légère baisse en 2025, tout en restant à un niveau supérieur à celui de 2023. La Glâne enregistre un total de 23'524 nuitées, dont 9'050 nuitées hôtelières et 6'824 nuitées en parahôtellerie.

Malgré ce léger recul par rapport à 2024, ces chiffres confirment l'attractivité de la région et l'importance de l'offre d'hébergement glânoise dans le paysage touristique fribourgeois.

Nuitées en Glâne en 2021 à 2025



Statistiques visiteurs - Les musées

Les musées et sites culturels de la Glâne poursuivent leur développement et confirment leur rôle majeur dans l'attractivité touristique de la région.

Le Vitromusée Romont a enregistré une fréquentation particulièrement réjouissante avec 21'846 visiteurs en 2025, soit une hausse de près de 30 % par rapport à l'année précédente.

Cette progression s'explique notamment par le succès du VitroFestival, manifestation phare dédiée aux arts du verre, qui a attiré à elle seule plus de 6'000 visiteurs. L'événement a contribué de manière significative au rayonnement de Romont en tant que capitale suisse des arts du verre et a renforcé la visibilité du Vitromusée auprès d'un large public.

De son côté, le Musée du papier peint de Mézières a connu une année record avec environ 3'850 visiteurs en 2025, confirmant l'intérêt du public pour ce lieu patrimonial unique dans la région.

Ces excellents résultats soulignent le dynamisme de l'offre culturelle glânoise et son importance dans le développement touristique régional.

Musée du Papier Peint

3'850 visiteurs

Année record

Vitromusée

21'846 visiteurs

avec Vitrofestival



PRODUITS TOURISTIQUES

Visites guidées/ publiques

Les demandes de visites guidées pour groupes connaissent une belle progression. Au total, 155 visites ont été organisées avec près de 2100 personnes, ce qui représente un record ! Cette dynamique positive témoigne de l'intérêt croissant pour notre patrimoine et contribue à enrichir l'offre touristique, tout en renforçant notre identité culturelle auprès de la clientèle régionale et nationale.

Huit visites publiques différentes ont été organisées, chacune axée sur une thématique spécifique : villes médiévales, églises avec dégustation de produits du terroir, ou encore visite d'un prestataire "terroir" (ferme, fromagerie, moulin). Nous avons également collaboré avec la paroisse catholique pour la mise en place de la visite du clocher de la Collégiale. Nouveau en 2025, nous avons proposé une visite guidée nocturne de la ville médiévale de Romont lors de la Nuit des Musées.

Les balades accompagnées rencontrent un succès croissant. L'Office du Tourisme a organisé une randonnée sur le thème de la photographie de nuit lors de la Nuit Suisse de la Randonnée, ainsi qu'une sortie axée sur les plantes sauvages. Comme chaque année, ces deux événements ont rapidement affiché complet.

Nombre de visites guidées

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Visite guidée Vitromusée							
Clin d'oeil, Panorama, Détail, Vitrodécouverte, publique	106	32	60	83	74	97	122
Autres visites guidées							
Diverses visites ville de Romont	18	10	12	12	17	17	20
Sentier du Vitrail	1	1	1	0	1	2	0
Diverses visites ville de Rue	0	0	0	1	6	1	3
Diverses visites publiques région (églises, terroir, etc.)	0	2	3	3	7	9	8
Randonnées accompagnées	0	0	1	1	2	2	2
Total	125	45	77	100	107	128	155

PRODUITS TOURISTIQUES

Forfaits

En 2025, la vente de forfait a explosé avec 187 personnes, contre 80 en 2024. Les forfaits les plus demandés sont l'Escape & Fondue, qui combine un jeu de l'Ichu Escape Game et une fondue dans un restaurant de Romont, et le forfait Circuit Secret gourmand, qui permet de compléter la découverte du Circuit Secret Rue par un menu à la Crêperie.

Evénements

En plus des visites guidées et des randonnées publiques, l'Office du Tourisme a organisé en 2025 la saison culturelle de la Tour du Sauvage, comprenant des expositions et les Jeudis du Sauvage. Nous avons aussi contribué à l'organisation de la traditionnelle Bénichon de Romont et du Vitrofestival avec plus de 6'000 visiteurs et un marché verrier dans la cour du château.



Circuit Secret Rue

L'année 2025 marque la première année complète d'exploitation du Circuit Secret. Avec 4 950 visiteurs accueillis sur l'année, l'activité confirme son attractivité et son ancrage dans l'offre touristique locale. Cette fréquentation soutenue a généré un impact positif sur l'économie locale, notamment par une hausse de la fréquentation des restaurants de la ville. Les retours collectés auprès des participants sont particulièrement encourageants. Les visiteurs saluent la qualité des animations et l'originalité du concept. Plusieurs actions marketing ciblées ont été déployées tout au long de l'année, contribuant à une meilleure visibilité et fréquentation.

Parmi les nouveautés 2025, la mise en place d'un quiz est venue enrichir le parcours. Une animation spéciale à l'occasion du week-end d'Halloween a également rencontré un vif succès.

Labelisation

L'Office du Tourisme de Romont et sa région place la qualité et la durabilité au cœur de ses actions. Titulaire du label Swisstainable niveau I depuis janvier 2024, l'OTR a également obtenu l'attestation Carbon Fri en 2025.

Cette démarche s'inscrit dans une volonté de développer un tourisme toujours plus responsable et durable. Plusieurs projets et labellisations sont actuellement en cours afin de renforcer cet engagement et de contribuer au rayonnement d'une destination respectueuse de son environnement et de son patrimoine.



PROMOTION

Campagne marketing avec UFT

L'OTR participe au fonds marketing coordonné aux côtés de l'UFT et des six autres régions touristiques du canton. Grâce à la mutualisation des moyens, des campagnes saisonnières ont pu être menées, principalement sur le canal digital. Celles-ci ont ciblé en priorité le marché suisse - le principal marché de la région - avec une répartition d'environ 60% pour la Suisse alémanique et 40% pour la Suisse romande. Les trois saisons (hors hiver) de l'année ont ainsi fait l'objet d'actions promotionnelles spécifiques.

Printemps

Pour cette campagne, Romont et sa région ont mis en avant le Vitrofestival, rendez-vous incontournable dédié à l'art du verre.

Été

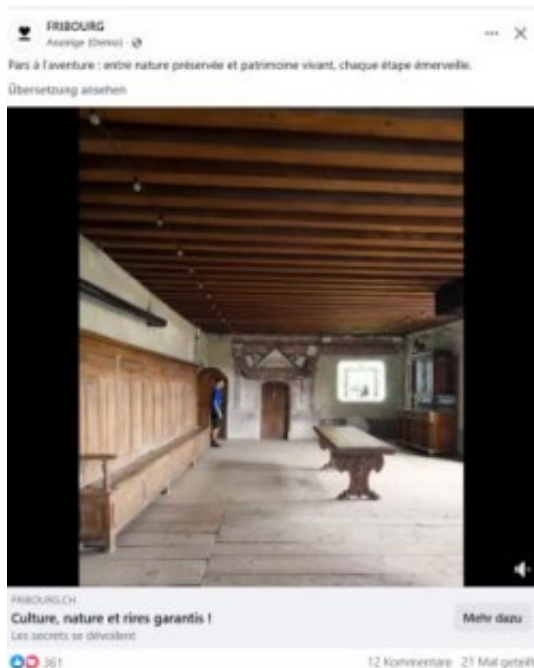
La campagne estivale a mis en lumière le Circuit Secret ainsi que les Chutes de Chavanette

Automne

L'automne a été marqué par la promotion du VTT gourmand, une activité alliant découverte de la région et plaisirs gourmands.

Été avec Suisse Tourisme

Comme chaque année, l'OTR a participé à la campagne estivale de Suisse Tourisme via le Fonds marketing coordonné de l'UFT. En 2025, la campagne s'est articulée autour de thématiques plutôt que d'activités propres à chaque destination. Romont a ainsi été mis en avant à travers la Balade historique de Romont dans la thématique des randonnées gourmandes et le Circuit Secret dans celle des activités en famille.



Le Vitrofestival à Romont

Les 10 et 11 mai, place au Vitrofestival à Romont. Cette grande fête permet tous les trois ans de rencontrer les artistes contemporain-e-s du verre. Elle comprend plusieurs rendez-vous incontournables: les galeries d'exposition au Vitromusée, le marché du verre dans la cour du château et les démonstrations de soufflage de verre ou de sablage. Ne manquez pas cette occasion unique d'en savoir plus sur cet art emblématique de Romont! 🍷

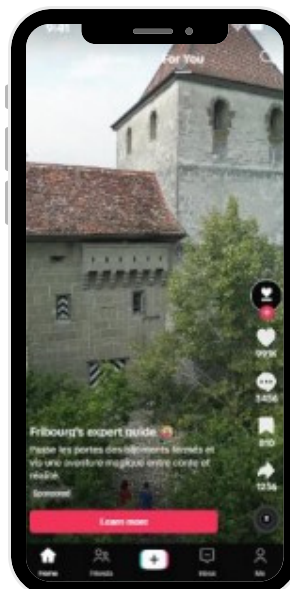
» Plus



Week-ends prolongés

Les week-ends prolongés de mai et juin ont comme un avant-goût de vacances. Une pause bien méritée pour s'aérer dans les réserves naturelles, se balader dans les cités médiévales, s'amuser lors de visites immersives ou ludiques, participer à des festivals ou des journées thématiques. 😊 Toutes nos inspirations en un coup d'œil.

» Plus



PROMOTION

Autres actions marketing et promotions

Les autres actions de promotion menées en direct par l'OTR se concentrent sur les réseaux sociaux via des campagnes payantes, via des partenariats ponctuels ou de longue date, ainsi que des actions ciblées. Ci-dessous quelques actions spécifiques effectuées en 2025

Publication / Diffusion

Le Circuit Secret de Rue a bénéficié d'une mise en avant sur Loisirs.ch à travers une parution dans le Guide Loisirs ainsi qu'une capsule promotionnelle dédiée.

Un Coup de cœur a également été publié sur la plateforme loisir.ch

Presse - Médias

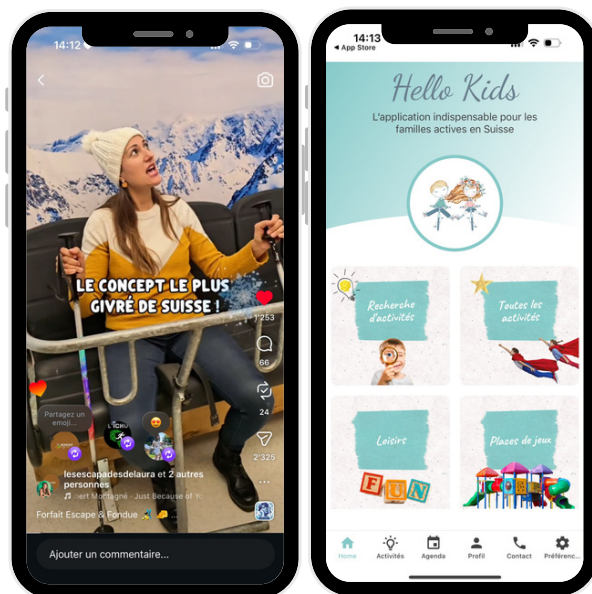
Le 27 octobre 2025, la région a bénéficié d'une belle visibilité grâce à un reportage diffusé dans l'émission Couleurs Locales sur la RTS.

Partenariats et actions promotionnelles

L'OTR a collaboré avec le journal la Broye pour promouvoir les Remparts de l'Avent. Cette action a également permis de mettre en avant la crêperie La Colline à Romont, grâce à une offre spéciale proposée dans le cadre de l'événement.

Afin de toucher davantage les familles, l'OTR a également intégré la plateforme HelloKids, dédiée aux activités et sorties familiales.

Enfin, une collaboration avec l'influenceuse "Les Escapades de Laura" a permis de mettre en avant le forfait Escape & Fondue. Cette action a rencontré un grand succès sur les réseaux sociaux avec plus de 96'000 vues.



COMMUNICATION

Site Web

87'767 visiteurs ont parcouru notre site internet en 2025. Cette baisse par rapport à l'année précédente s'explique par deux facteurs principaux : d'une part, la campagne menée avec Suisse Tourisme en 2024, qui avait généré un trafic particulièrement important ; d'autre part, l'introduction d'une bannière de gestion des cookies, qui a réduit mécaniquement le nombre de visites comptabilisées, seules celles des utilisateurs ayant accepté le suivi étant désormais enregistrées. En revanche, le taux d'engagement atteint 95,41 % et la durée moyenne d'engagement a augmenté de 21 %, témoignant de l'intérêt des visiteurs pour les contenus proposés.

Au-delà de la page d'accueil de Romont, c'est celle du Sentier des Fées qui a enregistré le plus grand nombre de visites. Elle est suivie par la page des Chutes de Chavanette.

L'OTR poursuit ses efforts pour améliorer les performances du site internet. En 2026, un accent particulier sera mis sur le référencement naturel des pages afin de renforcer sa visibilité.



92% Suisse
3 % France
1.3% Allemagne



77% mobile
20% desktop
3% tablet

Provenance des visiteurs du site Internet romontregion.ch en 2025

Brochures

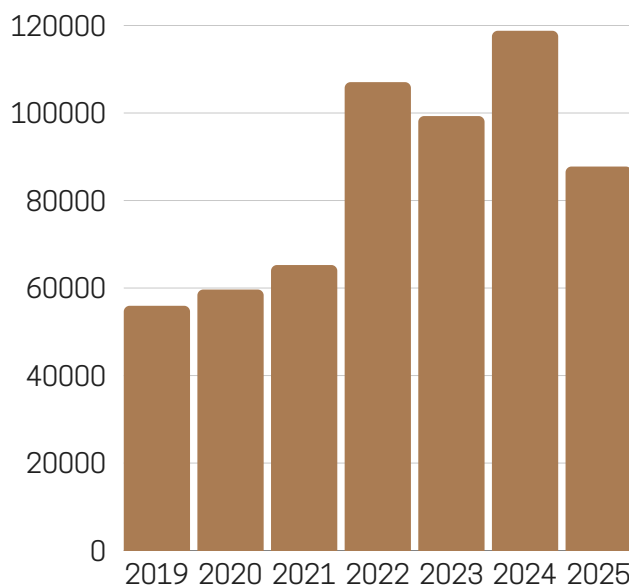
Malgré l'augmentation de la communication digitale, le nombre de brochures distribuées reste tout de même important et a même légèrement augmenté en 2025 par rapport à l'année précédente (23'650 contre 22'950 en 2024).

En 2025, en plus de la brochure annuelle, la brochure Pays du Vitrail a été rééditée de manière plus épurée. Des QR codes ont été ajoutés pour plus d'information.

Le flyer des principales animations estivales a également été réédité et envoyé en tout-ménage officiel en Glâne. Nous avons un bon retour de la population.

Un projet de carte vélo-VTT est prévu pour 2026, afin de recenser les parcours VTT existants, ainsi que la Route du cœur et le Sentier du Vitrail à vélo.

● Nombre de visiteurs site Internet



Nombre de brochures distribuées en 2025

Brochures distribuées	2025
Brochure générale annuelle	4'200
Brochure historique Romont	3'000
Pays du Verre et du Vitrail	250
Brochure de Rue	1'100
Vitroparcours dépliant	1'500
St-Jacques de Compostelle	250
Carte rando	1'350
Flyer animations estivales	12'000
TOTAL	23650



COMMUNICATION

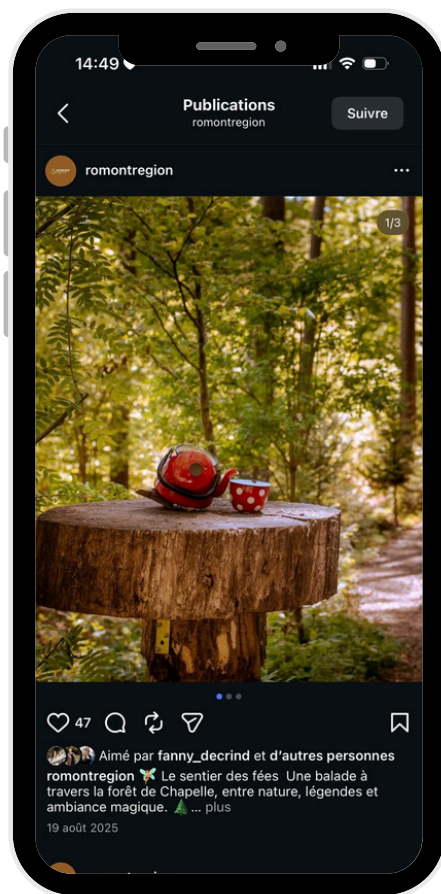
Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux restent un canal de communication central pour l'Office du Tourisme, permettant de valoriser le territoire de manière directe et authentique auprès de publics variés.

En 2025, nous avons consolidé notre présence sur les principales plateformes et affiné notre ligne éditoriale, en privilégiant des contenus qui reflètent fidèlement l'identité et les richesses de la région.

Pour 2026, la stratégie s'articulera autour de deux axes : approfondir la relation avec notre communauté existante par des contenus à forte valeur ajoutée, et élargir notre portée grâce à des partenariats ciblés avec des créateurs de contenu partageant nos valeurs territoriales.

Canaux utilisés		
Followers 2021	2'862	1'357
Followers 2022	3'214	1'583
Followers 2023	3'408	1'786
Follower 2024	3'857	2'380
Follower 2025	4147	3055
2024 - 2025	+ 7,5 %	+ 28,4%



Newsletter

Dans le courant de l'année, 5 newsletters ont été envoyées en français et 3 en allemand. Le taux d'ouverture moyen est de 38,5% environ, un pourcentage relativement satisfaisant - hausse de 1,5%.



COMPTES D'EXPLOITATION



Organisation touristique régionale de Romont et sa région
Comptes 2025

22.05.2026

	Comptes 2025		Budget 2025		Comptes 2024	
Subventions des communes		275 828,40		276 000,00		272 556,00
FMC - Propres projets		16 870,00		16 870,00		16 870,00
Cotisations des membres		18 550,00		20 000,00		14 500,00
Dons / Sponsoring		398,55		0,00		390,50
Taxe régionale de séjour		34 135,50		37 000,00		35 725,50
Activités touristiques		11 448,00		7 000,00		6 391,10
Ventes articles		1 106,20		1 300,00		681,90
Autres Produits (billetterie OTR)		2 774,90		4 500,00		6 042,25
Recette marketing (espaces pub....)	600,00	5 100,00		5 000,00		6 160,00
Total intermédiaire		366 211,55		367 670,00		359 317,25
Mandats						
Circuit Secret	5 000,00	22 000,00		8 000,00		18 000,00
Billetterie Bicubic		22 258,55		21 000,00		20 117,75
Billetterie Capucins		2 426,75		3 200,00		2 680,75
Mandat AGR - Stratégie touristique		8 175,00		7 500,00		0,00
Mandat 20Heures		0,00		0,00		4 662,50
Marketing Vitromusée		80 000,00		80 000,00		80 000,00
Visites guidées Vitromusée		15,00		0,00		195,00
Recettes		134 875,30		119 700,00		125 656,00
Total des recettes		501 086,85		487 370,00		484 973,25
Participations FM (campagnes promo)	80 105,00	40 052,50	80 105,00	40 052,00	80 121,10	40 052,50
Canaux de communication	14 205,69		17 500,00		16 144,65	
Création de contenu	20 222,15		23 056,00		29 630,15	
Marketing	114 532,84	40 052,50	120 661,00	40 052,00	125 895,90	40 052,50
Aménagement et entretien	13 426,30		14 000,00		17 174,35	
Coût d'achat prestation vendues	10 810,45		6 000,00		5 702,50	
Marchandises vendues	859,00		700,00		114,75	
Développement de produits			5 000,00			
Activités touristiques / Prestation en faveur des hôtes	25 095,75	0,00	25 700,00	0,00	22 991,60	0,00
Salaires	263 572,95		257 260,00		241 011,50	
Charges sociales	51 314,45		51 451,00		44 200,70	
Frais de représentation et déplacements (RP)	1 113,90		2 000,00		2 708,00	
Formation et frais RH	2 825,25		4 000,00		5 560,95	
Frais Personnel	318 826,55	0,00	314 711,00	0,00	293 481,15	0,00
Charges administratives	12 080,90		8 000,00		8 140,40	
Mandat externes (comptabilité UFT, révision des comptes, TSR)	15 152,40		14 500,00		14 586,75	
Informatique & IT	18 786,87		10 800,00		23 604,70	
Commission ventes en ligne Infomaniak	14 148,70		11 000,00		11 740,35	
Assurances	1 541,05		1 800,00		1 708,60	
Loyer et charges locatives	16 932,30		17 300,00		17 052,75	
Frais financiers	483,90		450,00		458,19	
Autres charges d'exploitation	2 585,82		2 500,00		2 463,55	
Autres charges d'exploitation	81 711,94	0,00	66 350,00	0,00	79 755,29	0,00
Total des charges	545 767,08	2 603,70	527 422,00	527 422,00	522 123,94	527 403,25
Charges/Produits extraordinaires	1 000,00					2 377,50
Total intermédiaire	546 767,08	543 743,05	527 422,00	527 422,00	522 123,94	527 403,25
Résultat d'exploitation (bénéfice / perte)		3 024,03	0,00		5 279,31	
Réserves et provisions		3 174,90			3 000,00	
Résultat de l'exercice (bénéfice / perte)		150,87	0,00		2 279,31	
TOTAL		546 917,95	527 422,00	527 422,00	527 403,25	527 403,25

BILAN



Organisation touristique régionale de Romont et sa région
Compte 2025

22.05.2026

BILAN	31.12.2025	31.12.2024
Total ACTIFS	222 368,77	244 718,42
Caisses	5 007,15	1 930,85
Postfinance 17-7807-1	24 754,73	27 762,68
BCF Office du Tourisme	173 162,25	196 694,60
UBS 771591.0	2 146,80	2 143,40
Liquidités	205 070,93	228 531,53
Débiteurs et comptes de réconciliation	16 997,49	15 350,00
Impôt anticipé	142,35	133,90
Comptes de réconciliation (twint, SixPayment, ...)	-	12,79
Débiteurs	17 139,84	15 496,69
Actifs transitoires	156,00	688,20
Matériel d'exposition	1,00	1,00
Matériel informatique	1,00	1,00
Actifs immobilisés	2,00	2,00
TOTAL PASSIFS	222 368,77	244 718,42
Créanciers	65 458,70	53 189,22
C/C Billetteries	58 454,45	38 824,85
C/C Taxes de séjour camping-car dues	-	18,00
Bons cadeaux en circulation	2 426,00	290,00
Engagements à court terme	126 339,15	92 322,07
Passifs transitoires	20,50	53 363,20
Réserve ordinaire	27 916,79	28 812,28
Provision TS pour prest. en fav. des hôtes	821,16	821,16
Provision promotion	43 435,35	43 435,35
Provision VTT	365,30	365,30
Provision aménagement Accueil	3 000,00	3 000,00
Capitaux propres	75 538,60	76 434,09
Capital	20 319,65	20 319,65
Résultat de l'exercice (bénéfice/perte)	150,87	2 279,41

BUDGET 2026



Organisation touristique régionale de Romont et sa région
Compte 2025

22.05.2026

	Comptes 2025		Budget 2026		Comptes 2024	
Subventions des communes		275 828,40		279 300,00		272 556,00
FMC - Propres projets		16 870,00		15 000,00		16 870,00
Cotisations des membres		18 550,00		21 000,00		14 500,00
Dons / Sponsoring	600,00	398,55		0,00		390,50
Taxe régionale de séjour		34 135,50		37 000,00		35 725,50
Activités touristiques		11 448,00		7 000,00		6 391,10
Ventes articles		1 106,20		1 300,00		681,90
Autres Produits (billetterie OTR,		2 789,90		4 500,00		6 042,25
Recette marketing (espaces pub....		5 100,00		5 000,00		6 160,00
Total intermédiaire		366 226,55		370 100,00		359 317,25
Mandats						
Circuit Secret	5 000,00	22 000,00		15 000,00		18 000,00
Billetterie Bicubic		22 258,55		21 000,00		20 117,75
Billetterie Capucins		2 426,75		3 200,00		2 680,75
Mandat AGR - Stratégie touristique		8 175,00		15 000,00		0,00
Mandat 20Heures		0,00		5 000,00		4 662,50
Marketing Vitromusée		80 000,00		80 000,00		80 000,00
Visites guidées Vitromusée		0,00		0,00		195,00
Recettes		134 860,30		139 200,00		125 656,00
Total des recettes		501 086,85		509 300,00		484 973,25
Participations FM (campagnes promo)	80 105,00	40 052,50	80 000,00	40 000,00	80 121,10	40 052,50
Canaux de communication	14 205,69		17 500,00		16 144,65	
Création de contenu	20 222,15		25 056,00		29 630,15	
Marketing	114 532,84	40 052,50	122 556,00	40 000,00	125 895,90	40 052,50
Aménagement et entretien	13 426,30		14 000,00		17 174,35	
Coût d'achat prestation vendues	10 810,45		6 000,00		5 702,50	
Achat d'articles pour vente	859,00		700,00		114,75	
Développement de produits			8 000,00			
Activités touristiques / Prestation en faveur des hôtes	25 095,75	0,00	28 700,00	0,00	22 991,60	0,00
Salaires	263 572,95		270 414,73		241 011,50	
Charges sociales	51 314,45		54 082,95		44 200,70	
Frais de représentation et déplacements (RP)	1 113,90		2 000,00		2 708,00	
Formation et frais RH	2 825,25		4 000,00		5 560,95	
Frais Personnel	318 826,55	0,00	330 497,68	0,00	293 481,15	0,00
Charges administratives	11 827,40		9 000,00		8 140,40	
Mandat externes (comptabilité UFT, révision des comptes, TSR)	15 152,40		16 000,00		14 586,75	
Informatique & IT	18 786,87		11 300,00		23 604,70	
Commission ventes en ligne Infomaniak	14 148,70		11 000,00		11 740,35	
Assurances	1 541,05		1 800,00		1 708,60	
Loyer et charges locatives	17 185,80		17 300,00		17 052,75	
Frais financiers	483,90		450,00		458,19	
Autres charges d'exploitation	2 585,82		2 500,00		2 463,55	
Autres charges d'exploitation	81 711,94	0,00	69 350,00	0,00	79 755,29	0,00
Total des charges	545 767,08		551 103,68		522 123,94	
Charges/Produits extraordinaires	1 000,00	2 603,70				2 377,50
Total intermédiaire	546 767,08	543 743,05	551 103,68	549 300,00	522 123,94	527 403,25
<i>Résultat d'exploitation (bénéfice / perte)</i>		<i>3 024,03</i>		<i>-1 803,68</i>	<i>5 279,31</i>	
<i>Réserves et provisions</i>		<i>3 174,90</i>			<i>3 000,00</i>	
Résultat de l'exercice (bénéfice/perte)		150,87		-1 803,68	2 279,31	
TOTAL		546 917,95	546 917,95	549 300,00	549 300,00	527 403,25

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) de l'association Organisation touristique régionale de Romont et sa région pour l'exercice 2025 du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

Ces comptes annuels relèvent de la responsabilité de la commission exécutive, alors que notre responsabilité consiste à émettre un rapport sur ces 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)*. 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 la société et des procédures analytiques appliquées aux données financières. Il fournit donc un niveau d'assurance moins élevé qu'un audit. Nous avons effectué une review et non 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 sont pas conformes à la loi et aux statuts.

Ursy, le 27 avril 2026

Fiduciaire Butty SA



Christelle Décoppet
Experte-révisseuse agréée
Révisseuse responsable

Laurent Cardinaux
Expert-révisseur agréé

Annexe : comptes annuels



VITRÓ

500

000

PERSPECTIVES 2026

L'année 2026 marquera une étape importante pour l'Office du Tourisme de Romont et sa région avec le lancement concret de la nouvelle stratégie touristique régionale élaborée durant l'année 2025 en collaboration avec l'Association Glâne Région et les différents acteurs du territoire. Validée à l'unanimité par le Comité de direction de l'AGR en mars 2026, cette stratégie pose un cadre clair et partagé pour le développement touristique de la Glâne, articulé autour d'une proposition de valeur unique : les pépites en série.

L'un des projets phares de cette stratégie est le développement de la nouvelle web application de la Glâne: app.romontregion.ch, présentée au public lors du Comptoir de la Glâne en mai 2026. Cet outil innovant, développé en collaboration avec Grafikreich, a pour vocation de faciliter la découverte du territoire en proposant une expérience moderne, interactive et accessible hors connexion aussi bien aux habitants qu'aux visiteurs. Il constituera un véritable fil rouge pour valoriser les offres touristiques, les événements, les prestataires régionaux ainsi que les nombreuses richesses du district, en les reliant dans une logique d'exploration en série.

L'Office poursuivra également son engagement lors des grands événements régionaux. Notre présence au Comptoir de la Glâne, à la Bénichon de Romont, aux 20 Heures de Musique permettra de renforcer la visibilité de nos actions, de promouvoir nos membres et de maintenir un contact privilégié avec la population et les visiteurs.

L'accueil d'événements d'envergure contribuera également au rayonnement de la région. Parmi les temps forts de l'année figure notamment l'étape du Tour de Romandie à Rue, qui offrira une visibilité exceptionnelle au district de la Glâne et constituera une belle opportunité de mettre en avant les atouts touristiques de notre territoire auprès du public.

Le Coin des Artisans, créé en 2025 au sein de l'Office du Tourisme, poursuivra son développement afin de valoriser davantage les créateurs, producteurs et artisans locaux. Cette vitrine du savoir-faire régional contribue à renforcer les liens entre tourisme, économie locale et identité territoriale.

La mise en valeur des traditions et du terroir constituera également un axe prioritaire de l'année. La gastronomie locale, les savoir-faire artisanaux et les traditions vivantes de la Glâne seront intégrés à part entière dans la communication et les produits touristiques. Des visites thématiques autour du terroir, des animations saisonnières et des partenariats avec les producteurs et restaurateurs locaux contribueront à ancrer l'expérience touristique dans une identité régionale forte et authentique, fidèle à l'esprit des pépites en série.

Sur le plan de la durabilité, l'OTR poursuit sa progression vers le niveau II du label Swisstainable, avec un plan de mesures en cours de déploiement impliquant les prestataires de la région. L'objectif est d'ancrer les principes du développement durable dans l'ensemble des actions touristiques régionales, en sensibilisant les partenaires et en intégrant la mobilité douce comme fil conducteur de l'offre.

Enfin, l'année 2026 sera placée sous le signe de la collaboration, de l'innovation et de la promotion. Grâce aux bases solides posées en 2025, à l'engagement de l'équipe et au soutien de nos partenaires, l'Office du Tourisme entend poursuivre le développement d'une offre touristique attractive, moderne et durable, au bénéfice de l'ensemble de la région, tout en jetant les bases des grands projets de 2027, notamment l'année jacquaire et le développement de l'offre vélo-VTT.



Remercie tous ses partenaires et prestataires pour leur engagement et l'excellente collaboration.



 facebook.com/romontregion
 instagram.com/romontregion

Utilisez le hashtag **#romontregion** pour partager vos coups de cœur de Romont et sa région !

Nutzen Sie den Hashtag **#romontregion**, um Ihre Favoriten in Romont und seiner Region zu teilen!

Use the hashtag **#romontregion** to share what you love about Romont and its region !

