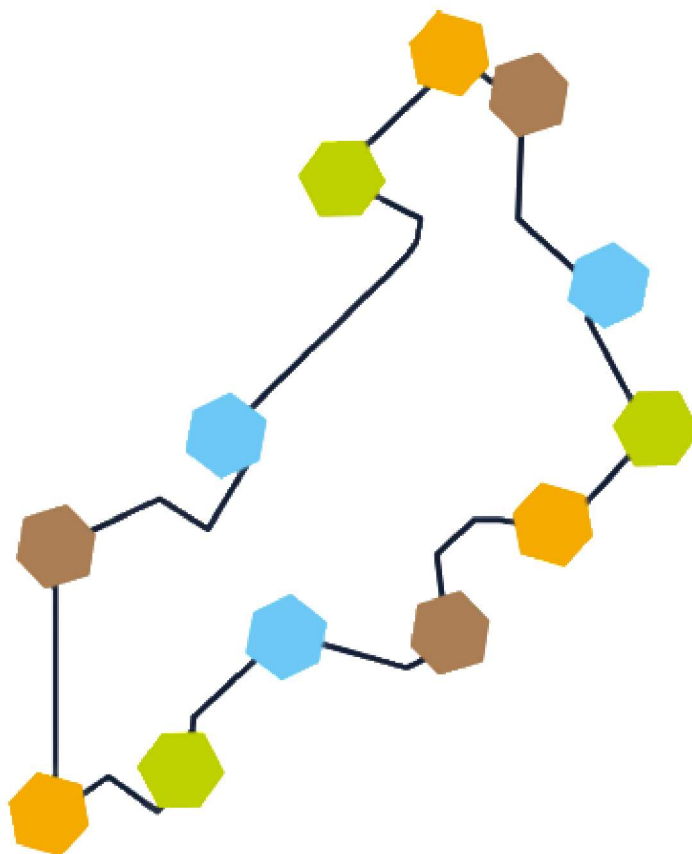


STRATÉGIE TOURISTIQUE DE LA GLÂNE 2026-2030



PRÉFACE

La Glâne n'est pas une région qui se livre d'un seul coup. Elle se découvre progressivement, souvent par une première porte d'entrée : un vitrail, un chemin, un musée ou une manifestation culturelle. Puis, peu à peu, on comprend qu'il y a davantage que ce que l'on était venu chercher. C'est cette réalité qui est au cœur de la stratégie touristique 2026-2030.

La Glâne n'a pas vocation à devenir une destination de masse. Ce n'est ni son identité, ni son ambition. Sa force réside dans son authenticité, dans la qualité de son patrimoine médiéval et culturel, dans ses paysages, dans son terroir, dans ses villages et dans ses savoir-faire. Jusqu'à présent, ces richesses existaient parfois un peu isolément. Le visiteur du Vitromusée ne savait pas toujours qu'à quelques kilomètres, un bivouac dans les arbres l'attendait. Celui qui empruntait la Via Jacobi passait parfois sans s'arrêter dans un village qui aurait mérité une nuit. L'enjeu désormais, c'est de mieux relier tout cela pour que chaque porte d'entrée mène naturellement vers une autre et que le visiteur de passage devienne l'hôte qui reste.

Cette stratégie doit aider les communes, les prestataires, les restaurateurs, les hébergeurs, les producteurs, les acteurs culturels et associatifs à avancer dans la même direction. Notre ambition est de mieux faire connaître ce que nous avons et de donner aux visiteurs une bonne raison de ne pas repartir trop vite.

Je tiens à remercier l'Office du tourisme Romont Région, les membres du groupe de travail, les élus communaux et l'ensemble des partenaires qui ont participé à cette démarche. La Glâne ne manque pas de pépites. Il est temps de les mettre en série.

Valentin Bard
Président de l'AGR, Préfet de la Glâne

TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE	02
SITUATION TOURISTIQUE ACTUELLE	04
VISION ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES	05
PROPOSITION DE VALEUR DE LA RÉGION	06
PUBLICS CIBLES	07
DOMAINE D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES	08
PROJETS EN COURS ET À VENIR	09
ET VOUS, COMMENT VOUS IMPLIQUER	10
POUR ALLER PLUS LOIN	11

SITUATION TOURISTIQUE ACTUELLE

La Glâne dispose de nombreuses richesses : un patrimoine médiéval unique, des musées atypiques et de renommée, des paysages naturels préservés, un terroir authentique, des chemins de pèlerinage.

Ce n'est pas une destination de masse. C'est une région authentique, à découvrir lentement. Des ruelles médiévales de Romont aux parcours VTT de la Montagne de Lussy, des vitraux du Vitromusée aux sentiers de la Via Jacobi, de la Crêperie de Rue au Bivouac dans les arbres, chaque expérience est une surprise. Ce caractère discret, non standardisé, est précisément ce que recherchent aujourd'hui les voyageurs qui fuient les destinations surpeuplées.

Une région riche, mais dispersée

Contrairement à des destinations fortement polarisées autour d'un seul produit phare, la Glâne se distingue par la diversité et la complémentarité de ses atouts. C'est la singularité de cette région et c'est précisément ce sur quoi repose cette stratégie.

Les chiffres le confirment : en 2024, la région affiche une dynamique touristique positive.

Indicateurs	2024 vs 2023
Nuitées hôtelières	9'205 (+13 %)
Nuitées totales (toutes formes)	24'078
Durée moyenne de séjour	2,18 nuits
Taux d'occupation des chambres	30%
Part de clientèle suisse	75%
Croissance Airbnb	75%
Croissance visites guidées	17%

Pourtant, ces richesses peinent encore à se révéler dans leur ensemble : le visiteur vient souvent pour une expérience et repart sans mesurer tout ce qu'il aurait pu découvrir.

Comment transformer un visiteur de passage en un hôte qui reste et/ou qui revient ?

VISION ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Cette stratégie a été construite pour répondre à cette question. Un groupe de travail composé d'élus communaux, de prestataires, de restaurateurs et d'acteurs locaux s'est réuni pour quatre ateliers, sous la direction de l'expert Thomas Steiner (Immotour). Elle a été validée à l'unanimité par le Comité de direction de l'Association Glâne Région (AGR) en mars 2026. Elle poursuit trois objectifs interdépendants, valables dès 2026, qui guident l'ensemble des décisions en matière de communication, de campagnes, de développement de produits et de partenariats. Son ambition est aussi d'engager l'AGR et l'Organisation touristique région de Romont et sa région (OTR) à travailler ensemble, de façon cohérente et durable.

La vision commune adoptée est de faire de la Glâne une destination d'exploration reconnue pour son authenticité et la qualité de son accueil. Elle traduit une réalité territoriale spécifique : la Glâne ne se découvre pas en une seule visite. Elle se révèle par un cumul d'expériences: patrimoine, nature, gastronomie, rencontres humaines, réparties sur l'ensemble du district. C'est cette diversité articulée qui constitue sa force et qui justifie les choix qui suivent concernant les trois objectifs stratégiques:

Faire de la Glâne un territoire d'exploration unique

Positionner la Glâne comme destination à découvrir lentement, à travers des expériences authentiques et surprenantes.



Allonger la durée de séjour par l'effet « pépites en série »

Passer de 2,18 nuits à un ancrage plus long grâce à des offres complémentaires sur tout le district.



Structurer l'offre autour d'un récit commun et engageant

Créer une trame narrative forte « les pépites de la Glâne » que tous les acteurs peuvent s'approprier.



Ces trois objectifs reposent sur un concept central : les pépites en série. C'est la logique qui structure l'ensemble de la stratégie.

PROPOSITION DE VALEUR DE LA RÉGION

Dans le secteur du tourisme, on parle de proposition de valeur unique pour désigner ce qui rend une destination irremplaçable. Pour la Glâne, c'est cela : non pas un seul site exceptionnel, mais une constellation d'expériences authentiques qui, mises en réseau, créent quelque chose qu'on ne trouve nulle part ailleurs.

Qu'est-ce qu'une pépite ?

Une pépite, c'est un lieu, une expérience ou un savoir-faire propre à la Glâne. Ce n'est pas forcément ce qu'il y a de plus connu ni de plus fréquenté. C'est ce qui est authentique, ancré dans le territoire, et qui donne envie de rester ou de revenir.

Une pépite peut être un musée exceptionnel, un sentier de pèlerinage, un bivouac dans les arbres, un restaurant qui raconte le terroir, une abbaye que seuls les locaux connaissent, ou un panorama au bout d'une piste VTT.

Pourquoi "en série" ?

Seule, une pépite fait passer un bon moment. En série, elle crée un séjour. Le visiteur qui s'arrête au Vitromusée entend parler du Circuit Secret de Rue. Celui qui fait du VTT sur la Montagne de Lussy découvre qu'il peut dormir en bivouac dans les arbres. Et sans vraiment s'en rendre compte, il prolonge son séjour.

Ce n'est pas un classement ni un label. C'est une façon de penser l'offre touristique : non plus attraction par attraction, mais comme un territoire à explorer, où chaque expérience s'inscrit dans un ensemble cohérent.



Champ pour la Paix



Bivouac dans les arbres



Circuit Secret



Parcours VTT

« EN GLÂNE, ON NE VIENT PAS POUR UNE SEULE CHOSE.

On suit un fil. Une découverte en appelle une autre. Et sans vraiment s'en rendre compte, on ne fait plus que passer. On reste. »

PUBLICS CIBLES

La stratégie cible trois profils de visiteurs prioritaires, définis sur la base des "personas" Suisse Tourisme et validés par le groupe de travail. Ces profils sont évolutifs et seront affinés au fil des données de fréquentation.



La famille active et curieuse

Parents avec enfants de 6 à 10 ans. Ils recherchent des séjours qui combinent plein air, découvertes ludiques et gastronomie locale. Ils voyagent en voiture lors des week-ends et vacances scolaires, et ont besoin de flexibilité.

Les explorateurs du patrimoine

Couples ou groupe 50+, sans enfants à charge, passionnés de culture, d'histoire et de gastronomie. Ils voyagent de préférence au printemps et en automne, en train, et cherchent des expériences authentiques loin des circuits touristiques classiques.



Les amoureux du slow travel

H/F, voyageuse indépendante ou en groupe. Randonnée, photographie, calme et reconnexion. Sensible à la durabilité, se déplace en train et hors saison pour éviter la foule.

Ce que ces trois profils ont en commun

Ils fuient la foule et le tourisme standardisé. Ils cherchent l'authenticité, la rencontre humaine et sont prêts à rester plusieurs jours si l'offre le justifie. Ils viennent principalement de Suisse (75 %), d'Allemagne et de France, et partagent leurs découvertes sur les réseaux sociaux.

Connaître ces profils, c'est adapter son accueil, sa communication et ses offres. Un B&B qui recommande le Vitromusée et la Crêperie de Rue à ses hôtes fait déjà partie de la stratégie.

DOMAINES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES

La Glâne ne mise pas sur un produit unique. Fidèle à la logique des pépites en série, la stratégie s'appuie sur quatre domaines complémentaires, choisis pour leur maturité, leur ancrage dans le territoire et leur capacité à générer des visiteurs. C'est leur combinaison qui crée la richesse de l'expérience glânoise.

VÉLO / VTT / E-BIKE



La Glâne se parcourt aussi à deux roues. Des parcours sur la Montagne de Lussy au Sentier du Vitrail à vélo, en passant par la Herzroute qui traverse le district, l'offre est en plein développement. Un domaine qui attire une clientèle active, souvent en séjour de plusieurs jours, et qui se prolonge naturellement en découvertes culturelles ou gastronomiques.

NATURE / ITINÉRANCE



Bivouac dans les arbres, Chutes de Chavanettes, randonnées pédestres, Via Jacobi. La Glâne offre des espaces naturels préservés et des itinéraires qui invitent à prendre le temps. La Via Jacobi traverse tout le district et positionne la région comme étape incontournable sur le chemin de Saint-Jacques.

TERROIR



Le Circuit Secret gourmand de Rue, la Bénichon de Romont, les producteurs et restaurateurs locaux. Le terroir glânois existe, il est authentique, et il commence à se structurer en offre touristique cohérente. Un domaine en développement, à fort potentiel d'image, qui s'articule naturellement avec les trois autres.

PATRIMOINE / CULTURE



C'est le domaine le plus identitaire de la Glâne. Le Vitromusée, la ville médiévale de Romont, le Vitroparcours, l'Abbaye de la Fille-Dieu, le site de Marguerite Bays à Siviriez. Autant de lieux qui racontent l'histoire du territoire et qui constituent le socle de l'offre touristique régionale. Des visites guidées aux animations saisonnières, ce domaine est celui qui attire et qui fidélise.

Ces quatre domaines ne fonctionnent pas en silo. C'est leur mise en réseau, une journée VTT qui se prolonge par une visite du Vitromusée, un repas du terroir et une nuit en bivouac, qui transforme une excursion en séjour, et un séjour en souvenir.

Ces domaines se concrétisent déjà à travers des projets en cours sur le territoire.

PROJETS EN COURS ET À VENIR

La stratégie ne part de zéro, elle s'appuie sur plusieurs projets en cours ou ayant récemment aboutis. La direction choisie permet de mettre en cohérence ce qui se passe d'ores et déjà concrètement sur le terrain.

App.romontregion.ch

Ce nouveau produit est une web application interactive, hors ligne, qui permet aux visiteurs de découvrir les pépites du district à leur rythme. Lancée au printemps 2026, elle rassemble activités, itinéraires et points d'intérêt. Le territoire est dans votre poche, sans avoir besoin de chercher. C'est l'outil qui donne corps à l'idée des pépites en série : une découverte mène à une autre, et le visiteur reste plus longtemps. L'objectif d'ici 2027 : que chaque hébergeur et prestataire du district l'intègre dans son accueil et la recommande activement à ses hôtes.



Un accueil repensé dès la gare

Le premier contact avec un territoire est souvent décisif. Le réaménagement de l'accueil de la gare de Romont avec l'installation de totem d'information, prévus pour 2026-2027, visent à capter le voyageur dès son arrivée et lui montrer qu'il y a bien plus à découvrir qu'une demi-journée. Un accueil soigné, une information claire et accessible dès le premier pas : c'est déjà une façon de prolonger le séjour avant même que la visite commence.

200 km de vélo

La Glâne dispose de plus de 200 km de parcours vélo, un atout considérable, encore trop peu connu et trop peu lisible pour les visiteurs de passage. Une carte VTT régionale est en cours de création pour 2026, pensée pour rendre cette offre accessible et cohérente. L'objectif est clair : que le cycliste qui arrive en Glâne sache exactement ce qu'il peut faire, où dormir et où manger et qu'il reparte avec l'envie de revenir, seul ou accompagné.



Swisstainable

En 2026, Romont Région a atteint le niveau II du label Swisstainable, une reconnaissance concrète de l'engagement de l'OT en faveur d'un tourisme responsable, respectueux de l'environnement et ancré dans le local. Ce n'est pas une fin en soi. L'objectif suivant est plus ambitieux : devenir une destination Swisstainable à part entière d'ici 2028, en intégrant durablement ces principes dans l'ensemble de l'offre touristique régionale et en sensibilisant chaque prestataire à cette démarche.



ET VOUS, COMMENT VOUS IMPLIQUER ?

La Glâne a tout ce qu'il faut. Des lieux uniques, des savoir-faire exceptionnels, des gens qui y croient. Ce qui fait la différence maintenant, c'est la façon dont on les relie et dont on vous invite à en faire partie.

Cette stratégie ne fonctionne que si elle est portée par vous. Pas seulement par l'OTR ou l'AGR, mais par chaque hébergeur qui recommande une pépite, chaque restaurateur qui raconte son terroir, chaque guide qui crée un lien entre deux expériences. L'OTR est là pour vous accompagner, échanger avec vous, construire ensemble pas pour décider à votre place.

Vous êtes hébergeur B&B, hôtel, gîte, bivouac, place de camping...

- Recommandez app.romontregion.ch à vos hôtes dès l'arrivée
- Affichez la carte régionale grand format dans votre établissement
- Rejoignez la carte d'hôte digitale UFT pour offrir des avantages à vos hôtes
- Signalez vos hébergements insolites à l'OTR pour les valoriser dans les campagnes
- Participez aux soirées réseautage et formations organisées par l'OTR

Vous êtes restaurateur ou producteur local, cave, artisan, producteur...

- Exposez vos produits au pop-up terroir organisé à l'OTR en 2026
- Rejoignez le Circuit Secret gourmand de Rue
- Proposez un menu en lien avec les événements locaux et les visiteurs de passage
- Mentionnez les pépites proches à vos clients — une carte, un mot suffit
- Inscrivez-vous comme membre OTR pour figurer dans nos communications

Vous êtes guide, animateur ou acteur culturel

- Inscrivez vos visites et événements sur romontregion.ch
- Alimentez app.romontregion.ch avec vos contenus
- Créez des liens avec d'autres pépites : une visite + un repas + une nuit = un séjour
- Proposez une variante saisonnière ou thématique de votre activité
- Participez aux formations storytelling organisées par l'OTR

Vous représentez une commune

- Relayez la stratégie et app.romontregion.ch auprès de votre population
- Signalez à l'OTR les pépites locales encore peu connues
- Veillez à ce que vos infrastructures soient à jour sur app.romontregion.ch
- Facilitez les collaborations entre prestataires de votre commune
- Soutenez vos prestataires qui souhaitent s'inscrire dans la démarche

Et pour tout le monde

Vous n'avez pas besoin d'un titre ou d'un mandat pour faire partie de la stratégie. Utilisez app.romontregion.ch et recommandez-la autour de vous. Partagez vos découvertes sur les réseaux sociaux. Parlez de la Glâne à vos amis, votre famille, vos collègues. Chaque recommandation compte. Ensemble, nous contribuons à allonger la durée de séjour dans notre région.

Ce qui fait la différence maintenant, c'est vous. Vous avez une idée, un projet, une envie de vous impliquer davantage ? L'OTR est là pour échanger, construire et avancer ensemble.

POUR ALLER PLUS LOIN

Cette stratégie n'a de valeur que si elle se traduit en projets concrets, en collaborations nouvelles et en expériences réelles pour les visiteurs. C'est pourquoi l'OTR et l'AGR ont mis en place un cadre simple et accessible pour permettre à chacun: prestataire, association, commune, porteur d'idée, de contribuer activement au développement touristique de la Glâne.

Le cœur de ce dispositif, c'est la "fiche de projet" (annexe 1). Elle permet à tout acteur du territoire de proposer un projet, une offre ou une initiative qui s'inscrit dans la logique des pépites en série. Pas besoin d'être un professionnel du tourisme ni d'avoir un dossier clé en main, une idée bien ancrée dans le territoire et alignée sur la stratégie suffit pour entrer dans la démarche. L'OTR vous accompagne dans la construction du dossier et l'AGR peut décider de soutenir financièrement les projets retenus.

C'est ainsi que la Glâne se construit, pas depuis un bureau, mais depuis le terrain, avec ceux qui la vivent et qui y croient. Voici les trois façons concrètes de vous impliquer.



ANNEXE - EXEMPLE FICHE DE PROJET

Pour illustrer ce qu'est une fiche pépite, voici le projet qui a lancé la démarche : la carte interactive hors ligne du district, présentée au Comptoir de la Glâne en mai 2026. Développée en collaboration entre l'AGR et l'OTR, et soutenue à hauteur de CHF 15'000, elle est le premier projet socle de la stratégie, celui qui donne corps à l'idée des pépites en série en rendant l'ensemble du territoire lisible et explorable par tous.

Un projet pépite peut prendre des formes très différentes: une expérience, un hébergement insolite, un événement, un sentier, une offre gastronomique. Il n'y a pas de modèle unique. Ce qui compte, c'est qu'il révèle quelque chose d'authentique de la Glâne, qu'il se relie à d'autres pépites existantes et qu'il contribue à allonger la durée de séjour dans le district.

A / HG / M Priorité : A		Carte interactive hors ligne – La Glâne, territoire d'exploration																																																					
Version : 23.02.2026		Coûts : CHF 21'888.75 Financement : CHF 15'000 de soutien AGR Solde par l'OTR : CHF 6888.75 + Frais annexes (présentation stratégie comptoir de la Glâne)																																																					
		Objectifs du projet - Valoriser l'ensemble des points d'intérêt touristiques de la Glâne à travers un outil commun, accessible et fédérateur - Assurer une visibilité équitable des communes de la région - Faciliter la découverte et l'exploration du territoire - Renforcer la lisibilité de l'offre touristique régionale - Proposer un outil accessible hors connexion pour les visiteurs																																																					
Public Cible - Les explorateurs du Patrimoine = Outils de lecture du territoire - La famille active = Soutien une consommation touristique flexible compatible avec les rythmes familiaux - L'amoureuse du slow tourisme = Accompagne l'exploration lente et sensible, non intrusive, exploration hors des axes principaux - Locaux = Redécouverte du patrimoine, ambassadeurs naturels - Membres et partenaires = Outils de coordination et de communication																																																							
Critère de valeur ajoutée <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Faible</th> <th>Moyen</th> <th>Fort</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Le projet crée-t-il des étapes, pauses ou prolongements naturels incitant à poursuivre la découverte ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Effet pépites en série</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Le projet relie-t-il des lieux, acteurs, parcours ou thématiques existants ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Mise en réseau</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Le projet s'insère-t-il discrètement dans le paysage, les usages et les rythmes locaux ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Intégration territoriale</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Le projet permet-il de voir, comprendre ou pratiquer la Glâne autrement ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Lecture renouvelée</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Le projet peut-il évoluer, être enrichi ou répliqué sans lourdeur structurelle ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Évolutivité & sobriété</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Le projet peut-il être compris, utilisé ou relayé par les habitants et acteurs locaux ?</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>• Appropriation locale</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>			Faible	Moyen	Fort	Le projet crée-t-il des étapes, pauses ou prolongements naturels incitant à poursuivre la découverte ?			X	• Effet pépites en série			X	Le projet relie-t-il des lieux, acteurs, parcours ou thématiques existants ?			X	• Mise en réseau			X	Le projet s'insère-t-il discrètement dans le paysage, les usages et les rythmes locaux ?			X	• Intégration territoriale			X	Le projet permet-il de voir, comprendre ou pratiquer la Glâne autrement ?			X	• Lecture renouvelée			X	Le projet peut-il évoluer, être enrichi ou répliqué sans lourdeur structurelle ?			X	• Évolutivité & sobriété			X	Le projet peut-il être compris, utilisé ou relayé par les habitants et acteurs locaux ?			X	• Appropriation locale			X	Critères régionaux - Situé à l'intérieur des frontières du district de la Glâne ☒ Oui / ☐ Non - Impact ou rayonnement supra-communal ☒ Oui / ☐ Non - Contribution au développement et/ou au rayonnement régional ☒ Oui / ☐ Non - Lien avec le tourisme / sport / loisirs / culture / patrimoine ☒ Oui / ☐ Non - Caractère non commercial du projet ☒ Oui / ☐ Non - Non-contradiction avec les politiques publiques et planifications existantes ☒ Oui / ☐ Non - Faisabilité financière démontrée ☒ Oui / ☐ Non	
	Faible	Moyen	Fort																																																				
Le projet crée-t-il des étapes, pauses ou prolongements naturels incitant à poursuivre la découverte ?			X																																																				
• Effet pépites en série			X																																																				
Le projet relie-t-il des lieux, acteurs, parcours ou thématiques existants ?			X																																																				
• Mise en réseau			X																																																				
Le projet s'insère-t-il discrètement dans le paysage, les usages et les rythmes locaux ?			X																																																				
• Intégration territoriale			X																																																				
Le projet permet-il de voir, comprendre ou pratiquer la Glâne autrement ?			X																																																				
• Lecture renouvelée			X																																																				
Le projet peut-il évoluer, être enrichi ou répliqué sans lourdeur structurelle ?			X																																																				
• Évolutivité & sobriété			X																																																				
Le projet peut-il être compris, utilisé ou relayé par les habitants et acteurs locaux ?			X																																																				
• Appropriation locale			X																																																				
Objectifs stratégiques ☒ Allonger la durée de séjour par effet « pépites en séries » ☒ Structurer l'offre autour d'un récit unifié ☒ Renforce l'attractivité touristique du district ☒ Fait de la glâne un territoire d'exploration unique																																																							
Responsable de la mise en œuvre OTR réalise en collaboration avec Grafikreich (mappstr.ch), prestataire externe		Coordination nécessaire AGR, communes, partenaires, membres																																																					
Calendrier - Février – Validation du projet par comité OTR - Mars et avril – Création des POIs (fichiers excel) et développement spécifique de la web app - Mai 2026 – Présentation officiel lors du Comptoir de la Glâne		Responsable de projet OTR																																																					

À propos de ce document

Ce document a été élaboré par l'Organisation touristique régionale de Romont et sa région sur la base du rapport méthodologique réalisé par Immotour (Thomas Steiner) sur mandat de l'Association Glâne Région. Il en constitue une adaptation à l'attention des membres, partenaires et acteurs du territoire, avec pour objectif de rendre la stratégie accessible et actionnable par tous.

Le rapport méthodologique complet est disponible ici : <https://fribourg.ch/fr/romontregion/stategie>.



Copyright photos : Upperview Production, Pascal Gertschen, Suisse Tourisme - Nicole Schafer, Martial Pyhton, Sarah Brandini Photographie, UFT/FTV / Redox Digital, Cemil Erkoc, Pierre Cuony Photographies

Impressum : Edition, rédaction et graphisme : Office du tourisme Romont et sa région