Table des Matières

Liste des tableaux vii
Liste des figures viii
Liste des abréviations ix
Introduction 1
1 Le tourisme culturel 3
1.1 Définition et historique 3
1.2 Le touriste culturel 5
1.2.1 Caractéristiques des visiteurs culturels 6
1.2.2 Évolution des comportements de consommation 8
1.3 Le tourisme expérientiel pour répondre à un besoin actuel 9
1.4 La mise en scène 10
1.5 Modes et tendances actuelles 12
1.6 Le tourisme médiéval 14
2 Analyse de la situation de la destination Romont et sa région 16
2.1 Description de Romont et ses environs 16
2.2 Historique de Romont 18
2.3 Offre actuelle 20
2.4 Le thème du médiéval à Romont 21
2.5 Situation générale 22
2.6 Tendances et évolution du marché 23
2.7 Analyse SWOT 24
3 Perception et attrait de Romont et sa région 27
3.1 Point de vue des autocaristes 27
3.2 Point de vue des familles 29
4 Récolte d'idées 31
4.1 Fêtes médiévales 31
4.2 Itinérance médiévale de la Vallée du Dropt 32
4.3 Fête des lumières 33
4.4 Rallye et chasse au trésor 34
4.5 Gamified travel tours 35
4.6 Pokémon Go 36
4.7 Les greeters 36

5 Brainstorming et idée sélectionnée 38
6 Développement du produit 40
6.1 Objectifs 40
6.2 Atouts et cœur du produit 41
6.3 Public cible 42
6.4 Partenariats 43
6.5 Mise en place et contraintes 44
7 Le produit - esquisse de l'offre 46
7.1 Parcours enfants 46
7.1.1 Poste 1 : Le marché 47
7.1.2 Poste 2 : La taverne 48
7.1.3 Poste 3 : Les remparts 48
7.1.4 Poste 4 : Les gardes arrivent 49
7.1.5 Poste 5 : La Tour de Fribourg 49
7.1.6 Poste 6 : Les gardes arrivent 50
7.1.7 Poste 7 : La Tour de Billens 50
7.1.8 Poste 8 : La Tour du Sauvage 51
7.1.9 Poste 9 : La Tour à Boyer 51
7.2 Parcours adulte 52
7.2.1 Poste 1 : La construction du château 54
7.2.2 Poste 2 : La taverne 55
7.2.3 Poste 3 : La fuite 55
7.2.4 Poste 4 : échapper aux gardes 56
7.2.5 Poste 5 : A la recherche de son compagnon 57
7.2.6 Poste 6 : La Tour de Fribourg 57
7.2.7 Poste 7 : Les remparts 58
7.2.8 Poste 8 : L'énigme 59
7.2.9 Poste 9 : La Tour du Sauvage 59
7.2.10 Poste 10 : La Tour à Boyer 60
8 Coûts et financement 62
8.1 Coûts de départ 62
8.2 Frais annuels 63
8.3 Financement 64
8.3.1 Commune de Romont 64

8.3.2 Nouvelle politique régionale 64
8.3.3 Fonds d'équipement touristique 65
8.3.4 Sponsoring 65
Conclusion 66
Références 68
Annexe I : Entretien avec l'archiviste de la ville de Romont, Florian Defferrard 71
Annexe II : Recensement du patrimoine historique de Romont 81
Annexe III : Sites touristiques culturels 93
Annexe IV : Questionnaire autocaristes 95
Annexe V : Questionnaire familles 101
Annexe VI : Chasse au trésor à Estavayer-le-Lac 107
Annexe VII : Chasse au trésor à Morat 109
Annexe VIII : Brainstorming 113
Déclaration de l'auteure 114

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Liste des tableaux

Tableau 1 : Part de visiteurs culturels dans la population et dans les sites 5

Tableau 2 : Caractéristiques des visiteurs culturels 7

Tableau 3 : Analyse SWOT 24

Tableau 4 : Public cible 42

Tableau 5 : Frais de départ 62

Liste des figures

Figure 1 : Ressources culturelles 4

Figure 2 : Typologie des touristes culturels 6

Figure 3 : La scène du vécu dans son ensemble 11

Figure 4 : Situation géographique de Romont 17

Figure 5 : Parcours enfant 47

Figure 6 : Poste 4 49

Figure 7 : Poste 6 50

Figure 8 : Place de jeux de la Tour à Boyer 1 52

Figure 9 : Place de jeux de la Tour à Boyer 2 52

Figure 10 : Parcours adulte 54

Figure 11 : Poste 3 55

Figure 12 : Départ de la tyrolienne 56

Figure 13 : Arrivée de la tyrolienne 57

Figure 14 : Poste 7 58

Figure 15 : Poste 8 59

Figure 16 : Poste 9 61

Figure 17 : Poste 10 61

Liste des abréviations

OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
UFT	Union Fribourgeoise du Tourisme
NPR	Nouvelle politique régionale

Introduction

Romont et sa région, Pays du vitrail, est une région connue comme son surnom l'indique pour les nombreux vitraux de grande valeur qu'on y trouve ainsi que pour le Vitromusée, le musée suisse des arts du verre et du vitrail. La vieille ville de Romont située au sommet d'une colline surplombe la campagne glânoise. Construite au XIIIème siècle par Pierre de Savoie, elle offre un patrimoine historique médiéval conservé et de qualité, n'étant cependant que très peu mis en valeur. En effet, le thème du vitrail est omniprésent dans la région et s'est développé au détriment de celui du Moyen Âge. Le tourisme médiéval, très apprécié d'une grande partie des touristes culturels, pourrait toutefois permettre de redynamiser l'offre touristique. La destination est actuellement principalement visitée par des personnes plutôt âgées et des connaisseurs du verre et du vitrail. Ces caractéristiques ne permettent pas à la destination de s'imposer sur le marché touristique très compétitif dans lequel elle évolue. En effet, elle est entourée par d'autres destinations touristiques importantes, telles que Gruyères, Fribourg et Lausanne. Ces différents constats amènent à se poser les questions suivantes : comment est-il possible de mettre en valeur le patrimoine médiéval de la ville ? Est-il possible de l'utiliser pour redynamiser le tourisme à Romont et sa région ? Quel type d'offre le permettrait ? Quel public faudrait-il viser ? Ce travail a donc pour objectif de développer une nouvelle offre touristique qui mette en valeur le patrimoine médiéval de la ville et qui permette d'attirer un nouveau type de public.

Selon la volonté du mandant, ce travail se concentre principalement sur le développement de l'offre choisie. L'objectif est de proposer un produit détaillé réalisable et de mettre en évidence les problèmes et contraintes pouvant être rencontrés lors de sa mise en place. En effet, développer une offre autour d'un patrimoine historique protégé doit être fait de manière réfléchie pour éviter de se heurter à des problèmes dus à la protection des biens culturels et impose certaines contraintes. Le marketing et la communication ainsi que l'organisation de la chaîne de services ne sont pas abordés ici.

La première partie de ce travail définit brièvement le tourisme culturel, le tourisme expérientiel et la mise en scène touristique et finit sur une présentation du tourisme médiéval. La deuxième partie présente l'analyse préalable au développement d'une nouvelle offre. Elle contient une analyse de la situation de Romont et sa région au niveau touristique, un historique de la destination, une analyse de questionnaires permettant d'évaluer la notoriété

Rapport-Gratuit.com

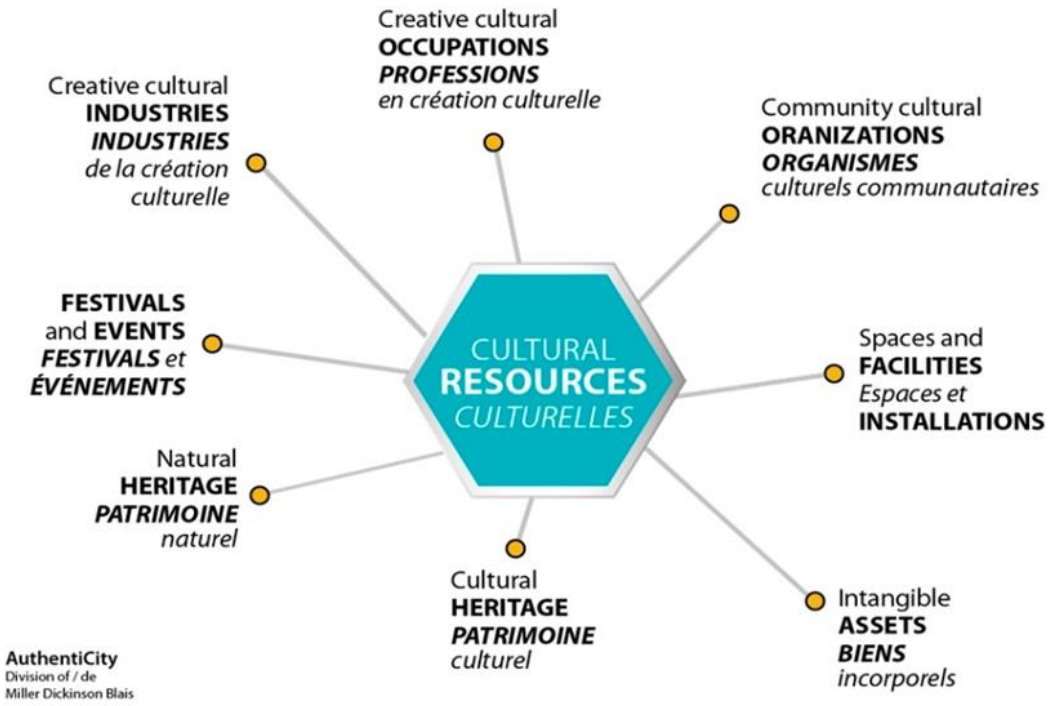
de la destination et d'étudier deux publics cibles potentiels, une récolte d'idées ainsi qu'un brainstorming. Pour finir, la troisième partie de ce travail présente et développe l'offre sélectionnée.

1 Le tourisme culturel

1.1 Définition et historique

Le tourisme et la culture ont longtemps été considérés comme deux éléments totalement différents dans une destination. Ce n'est qu'à la fin du XXème siècle que ces deux termes ont été associés et que le concept de tourisme culturel a commencé à émerger (OCDE, 2009, p. 19). Le tourisme culturel peut être défini de deux manières différentes, la première basée sur le produit où l'on distingue, selon Mathielson&Wall (in Bujdosòa, et al., 2015, p. 308), trois types de tourisme culturel : la culture inerte (bâtiments, styles architecturaux, créations artistiques, biens personnels), la culture de tous les jours (loisirs, style de vie, gastronomie) et la culture représentée (festivals, carnavals, évènements traditionnels). La seconde manière de définir le tourisme culturel est basée sur la demande. En 2005, l'Organisation Mondial du Tourisme le définit comme « the movement of persons to cultural attractions in cities in countries other than their normal place of residence, with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs » (in Bujdosòa, et al., 2015, p. 313). Claude Origet du Cluzeau estime que « la culture pratiquée par les touristes s'articule autour de patrimoines matériels et immatériels, mais essentiellement de patrimoines qui illustrent et personnifient l'identité et la spécialité de la destination » (2013, p. 33). En d'autres termes, le tourisme culturel permet aux touristes de découvrir autant le patrimoine matériel qu'immatériel propre à un lieu et de le vivre. L'image ci-dessous présente les différentes ressources culturelles existantes.

Figure 1 : Ressources culturelles



Source : moncton.ca (2016)

La relation entre le tourisme et la culture est bénéfique pour les deux domaines et peut renforcer l'attractivité et la compétitivité d'une destination (OCDE, 2009, p. 9). Le patrimoine culturel étant propre à chaque destination, permet de proposer une offre touristique authentique, distinctive et unique et donc de se positionner sur le marché touristique extrêmement compétitif. De son côté, le tourisme permet d'utiliser et de mettre en valeur le patrimoine culturel et donc de le renforcer et l'entretenir (OCDE, 2009, p. 17).

Le tourisme culturel est un puissant facteur de développement économique et de compétitivité, notamment pour les petites destinations ou les destinations rurales (Dziembowska in Bujdosòa, et al., 2015, p. 308). Ses effets sont principalement visibles dans les zones rurales contre la désertification, où « il parvient parfois à ressusciter une vie économique très dévitalisée » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 53). D'une part, il permet à des destinations qui n'ont pas d'autres atouts touristiques ou n'ont que très peu de ressources financières de développer une offre touristique autour d'un capital déjà existant. D'autre part, il est l'un des marchés touristiques à s'accroitre le plus rapidement (Hargove, 2014, p. 10).

Par ailleurs, la mise en place d'une offre touristique culturelle peut également avoir des effets négatifs sur une destination si certains points ne sont pas pris en compte.

Premièrement, pour apporter de la valeur ajoutée et garantir la pérennisation du tourisme culturel dans une destination, il est important que la population soit intégrée dans le processus de développement et qu'elle puisse en retirer des bénéfices. Deuxièmement, ce sont les ressources culturelles et naturelles qui attirent les touristes et engendrent la fierté de la population locale, il faut donc penser à les protéger. Troisièmement, la mise en scène du patrimoine culturel peut théâtraliser et caricaturer le patrimoine matériel et immatériel d'un lieu, il est donc important d'en conserver l'intégrité et l'authenticité (Hargove, 2014, p. 10).

1.2 Le touriste culturel

Evelyne Lehalle (2011, p. 14) définit qu'il existe deux types principaux de touristes culturels. Le premier, qui représente environ 5%, a pour seule motivation la culture. Il s'agit d'un connaisseur ou expert qui apprécie toutes les offres culturelles. Le second, qui représente environ 90%, profite de ses vacances, mais sa motivation première n'est pas la culture. A l'intérieur de cette catégorie se trouvent énormément de profils et de caractéristiques différents.

Claude Origet du Cluzeau (Origet du Cluzeau, 2013, p. 16) a classé les touristes culturels en quatre catégories présentées dans le tableau ci-dessous. Il en a déduit que 10 à 15% des visiteurs étaient des passionnés, 30 à 40% des réguliers et 45 à 60% des occasionnels.

Tableau 1 : Part de visiteurs culturels dans la population et dans les sites

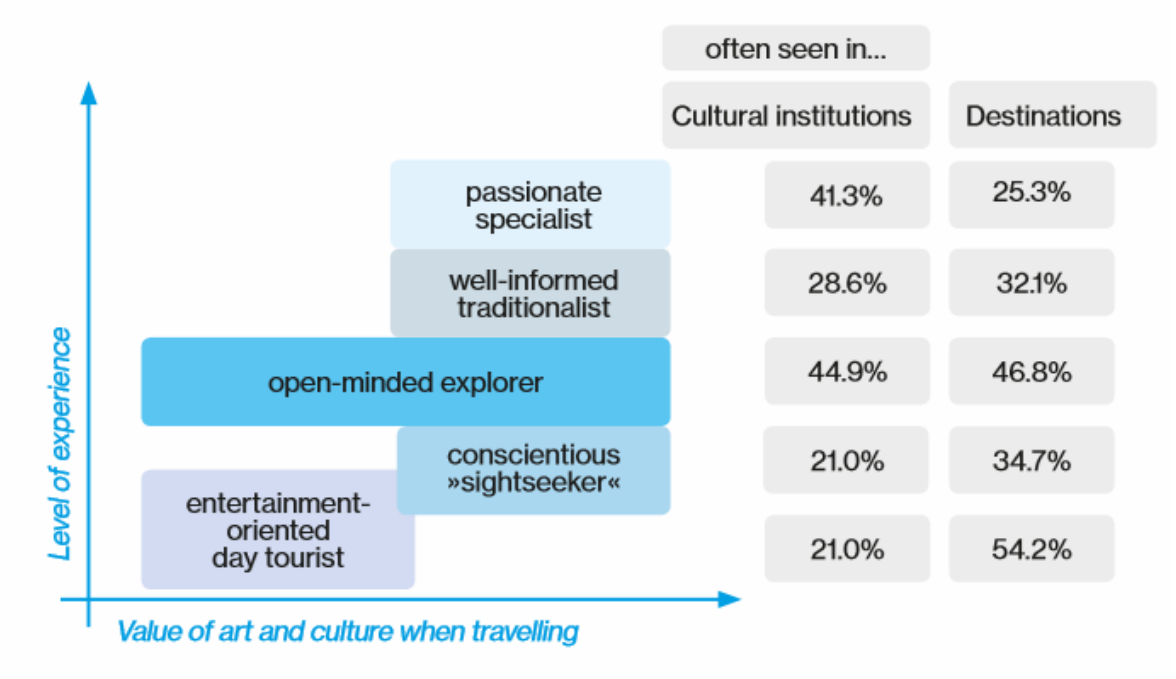
Type de visiteurs de sites culturels	Part de la population	Part dans la fréquentation des sites culturels
Assidus	5%	30 à 35%
« Consommateurs intensifs »	15 à 20%	45 à 50%
« Consommateurs occasionnels »	20 à 25%	20%
Non-consommateurs	50 à 60%	0

Source : Origet du Cluzeau (2013), p. 16

Yvonne Pröbstle (in Institut für Kultur Management Ludwigsburg, 2016, p. 3) a, elle, classé les touristes culturels en cinq catégories. Le graphique ci-dessous montre ces différentes catégories et leur fréquentation des institutions et des destinations culturelles. On peut voir que les institutions attirent principalement les passionnés et spécialistes alors que les

destinations attirent majoritairement des touristes de passage qui cherchent à se divertir. Les explorateurs à l'esprit ouvert sont, eux, attirés par les deux catégories.

Figure 2 : Typologie des touristes culturels



Source : Pröbstle in Institut für Kultur Management Ludwigsburg, Projekt2508 (2016), p.3

Selon une étude menée dans les pays germanophones par l'Institut für Kultur Management Ludwigsburg et le Projekt2508 (2016, p. 3), les visiteurs culturels sont à 92,9% des touristes d'excursion. Une majorité d'entre eux fait partie de la population locale et effectue sa visite de manière individuelle et non en groupe.

1.2.1 Caractéristiques des visiteurs culturels

Le tableau ci-dessous décrit les caractéristiques socio-économiques et socioculturelles des visiteurs du tourisme culturel.

Tableau 2 : Caractéristiques des visiteurs culturels

Caractéristique	Description
Répartition des sexes	Majoritairement des femmes
Appartenance socioprofessionnelle	- Professions intellectuelles supérieures (cadres, professions libérales, enseignants) - Retraités - Employés - Étudiants
Âges	- 15-25 ans : environ 25% des visites - 25-50 ans : 45 à 50% des visites - 60 ans et plus : 15 à 25% des visites (ils sont de plus en plus nombreux)
Statut familial	- Les visites en famille, en couple, avec des amis, avec ou sans enfants représentent 60% dans les monuments et 45% dans les musées. - Le nombre de visiteurs accompagnés d'enfants mineurs est en régression (45-50% dans les monuments et 20% dans les grandes expositions). - La présence des célibataires s'accroit.
Origine géographique	- Dans les grands sites urbains à forte notoriété : 65 à 90% de visiteurs étrangers, 20 à 25% de visiteurs nationaux, 10 à 15% de visiteurs de proximité. - Dans les monuments, musées, espaces naturels de moindre notoriété, situés dans des régions touristiques : 30 à 40% de visiteurs étrangers, 45 à 50% de visiteurs nationaux, 10 à 15% de visiteurs de proximité. - Dans les régions peu ou pas touristiques : 10% de visiteurs étrangers, 30% de visiteurs nationaux, 60% de visiteurs de proximité.

Source : Adapté de Valéry Patin (2012), p. 153-155

1.2.2 Évolution des comportements de consommation

Pour commencer, le nombre de séjours culturels augmente constamment, mais leur durée diminue. Les touristes culturels restent les mêmes, mais ils effectuent de plus en plus de visites. Ils recherchent donc toujours plus de nouveautés et d'offres évènementielles, actuellement à la mode (Patin, 2012, p. 159).

Martin Spantig (2016, pp. 3-6) affirme que d'ici 2030, deux branches principales de touristes culturels se détacheront, les « Sightseeing Punktesammler im Selfi-Modus » et les « Destinationskultureintaucher im Mitschwimmodus » (p. 3). Le premier groupe n'est pas forcément intéressé par le produit en lui-même, mais recherche uniquement à se photographier devant et à partager ses clichés sur les réseaux sociaux. Plus l'architecture ou le produit est spectaculaire, plus il est apprécié par cette catégorie. Cette théorie est appuyée par Yvonne Pröbstle (2016, p. 35) qui parle de recherche de WOW effect. Les prestataires ne sont donc plus les seuls à transmettre une image de leur destination, mais l'ensemble des visiteurs y contribue également. Une tendance qui découle de l'univers médiatique important et facilement accessible qui entoure la société actuelle et qui pousse de plus en plus l'image du patrimoine culturel et naturel à être soumis aux exigences de la consommation de masse : « vedettariat, accentuation du caractère exceptionnel de l'objet ou de l'événement, simplification du contenu des messages, références émotionnelles fortes (appel aux personnages plus qu'aux biens), effacement du texte au profit de l'image » (Patin, 2012, p. 159).

Le deuxième groupe de touristes culturels dont parle Spantig (2016, p. 4) est celui des voyageurs voulant vivre comme des locaux. Ils cherchent l'authenticité et à sortir de leur quotidien en vivant celui de la population indigène. Pröbstle (2016, p. 35) parle d'explorateurs ouverts d'esprit qui ne se considèrent pas comme des touristes car ils vivent comme les locaux. C'est sûrement pour ce type de touristes que Patin (2012, p. 160) pense que les visites culturelles vont devenir moins intellectuelles et plus familières, car le côté émotionnel va s'ajouter à la simple recherche de connaissance. L'expérimentation à travers des jeux, ateliers ou consoles interactives, permet aux visiteurs, en particulier aux jeunes, de créer un contact plus approfondi.

Pour répondre à ce type de touristes souhaitant sortir des sentiers battus, de nouveaux lieux de tourisme culturel vont se développer en dehors des institutions classiques (Pröbstle,

2016, p. 36). Spantig (2016, pp. 4-5) et Pröbstle s'accordent à dire que la campagne deviendra plus touristique que les villes.

1.3 Le tourisme expérientiel pour répondre à un besoin actuel

Les valeurs de la société ont évolué. La question de comment survivre a laissé place à celle de comment vivre une vie remplie et riche en expériences. La population s'est donc tournée vers la consommation culturelle (Bujdosóa, et al., 2015, p. 309).

Cette évolution a un impact significatif sur la mise en tourisme du patrimoine matériel et immatériel. Les auteurs s'accordent à dire que les touristes actuels ne cherchent plus uniquement à voir des biens culturels, mais à vivre des expériences. Une expérience est un évènement à caractère exceptionnel, basé sur le ressenti et qui permet d'en retirer des connaissances (Larousse.fr, 2016). Les visiteurs ne veulent plus regarder, mais réellement vivre la culture d'un lieu.

Bujdosò et al. (2015, p. 310) soutiennent que les consommateurs actuels sont à la recherche de nouvelles sensations. Ce point est appuyé par Gesser, Hornung-Prähauser & Strasser (2014, p. 17) qui déclarent que les touristes sont de plus en plus à la recherche de biens et services qui leur offrent des expériences enrichissantes et mémorables. De son côté, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (2009, p. 25) parle d'expérimenter le style de vie ainsi que la culture et les coutumes quotidiennes de la population locale. Vivre une expérience est devenue indispensable lors de consommation culturelle car la société cherche à avoir une vie plus intense et pleine de sens et à ressentir de multiples émotions (Geser, Hornung-Prähauser, & Strasser, 2014, p. 17).

Pour les destinations, il ne suffit donc plus de mettre à disposition des visiteurs des biens culturels. Pour se distinguer des concurrents et répondre aux attentes du public, il faut créer des expériences distinctives et trouver de nouveaux moyens de présenter le patrimoine de manière engageante et enrichissante (Geser, Hornung-Prähauser, & Strasser, 2014, p. 17).

Pour répondre à ces nouvelles attentes des visiteurs, le tourisme expérientiel a commencé à se développer jusqu'à devenir presque indispensable pour rester compétitif sur le marché touristique. La Commission canadienne du tourisme déclare que « le tourisme expérientiel invite les visiteurs à participer à une série d'activités touristiques mémorables et essentiellement personnelles. Mettant tous les sens à contribution, il forge des liens au niveau

physique, émotionnel, spirituel, social ou intellectuel » (2011, p. 11). Elle appuie également le fait que le tourisme expérientiel favorise la rencontre et l'interaction avec la population locale, stimule les sens et montre le caractère unique de sa destination.

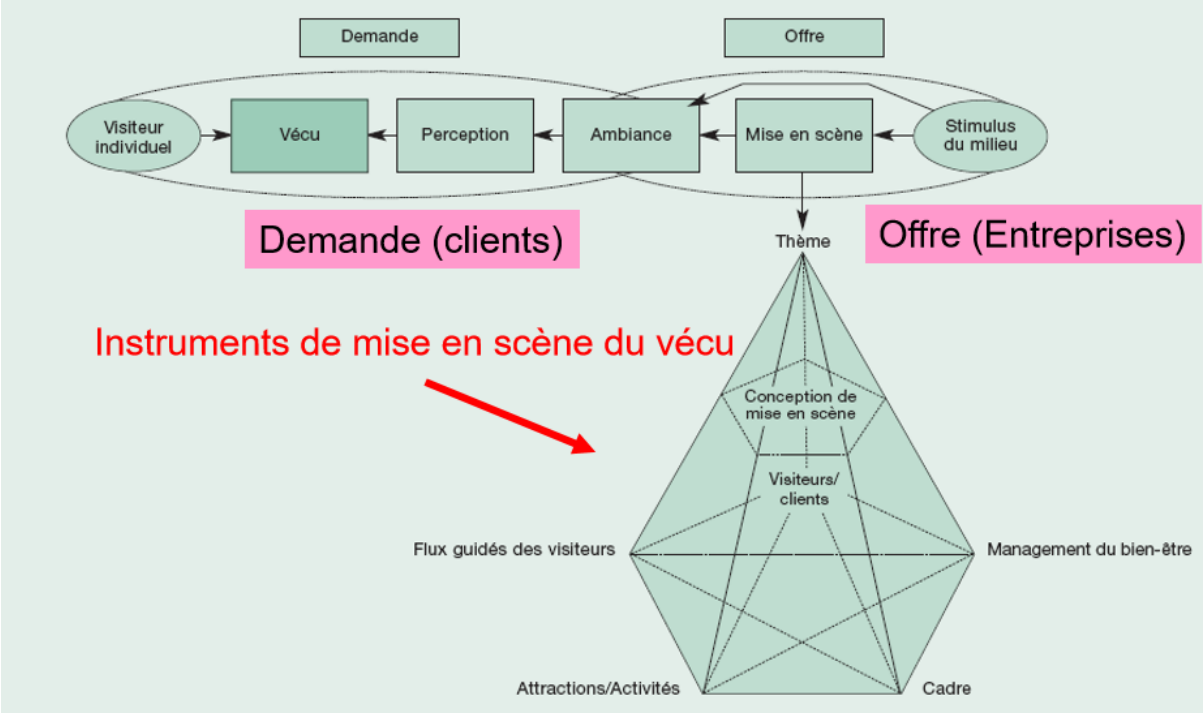
Le tourisme expérientiel a comme avantage de créer une nouvelle proposition de valeur, peu coûteuse car la création d'expériences distinctives ne demande pas de modification des infrastructures. Elle permet de faire preuve de créativité et d'innovation en tenant compte des attentes des visiteurs, de créer de nouveaux partenariats, de développer un réseau de promoteurs qui racontent leurs expériences et d'attirer des visiteurs à rendement élevé en établissant des prix en fonction de la valeur de l'offre (Commission canadienne du tourisme, 2011, p. 11).

1.4 La mise en scène

Dans l'environnement actuel dans lequel évolue le tourisme, autant les nouvelles que les anciennes destinations ont besoin de faire preuve de créativité pour sortir du lot face à leurs nombreux concurrents. Le seul fait de disposer d'un patrimoine culturel, matériel ou immatériel, ne suffit plus (Geser, Hornung-Prähauser, & Strasser, 2014, p. 28). Une destination peut avoir une certaine attractivité basée sur son patrimoine, cependant c'est sa capacité à mettre ce patrimoine en avant, à le transformer ou le mettre en scène qui va lui apporter de la valeur ajoutée et donc attirer les visiteurs (OCDE, 2014, p. 29). C'est pourquoi il est devenu nécessaire de mettre en scène son patrimoine culturel, ce qui va permettre de stimuler des émotions et de créer des expériences.

Comme cité au chapitre 1.3, les visiteurs de sites culturels sont à la recherche d'expériences, de sensations, d'authenticité et de personnalisation. Ils veulent découvrir la culture et les coutumes locales et, pour cela, interagir avec la population. La mise en scène d'une offre touristique doit donc tenir compte de ces différents aspects. Pour ce faire, l'image ci-dessous montre les différents points à prendre en compte.

Figure 3 : La scène du vécu dans son ensemble



Source : Müller & Scheurer in Tschopp (2014)

Pour mettre en scène une expérience, il faut tout d'abord comprendre qu'elle découle d'un évènement ou d'une situation. Ces derniers proviennent de stimulus extérieurs qui peuvent être contrôlés ou non. Par exemple, la météo est un stimulus qu'il n'est pas possible de contrôler, alors qu'une odeur spécifique peut l'être. La mise en scène d'une offre a pour but de créer une atmosphère qui va être perçue de manière positive par les visiteurs et donc engendrer une expérience positive (Amt für Wirtschaft und Tourismus, 2012, p. 7).

La mise en scène peut être considérée comme une boîte à outils composée de sept instruments. Trois niveaux principaux se distinguent : le thème comme fil conducteur, la conception de la mise en scène comme outil de planification et coordination et, pour finir, le flux guidé des visiteurs, les attractions et activités, le cadre et le management du bien-être comme outil de soutien à l'atmosphère (Amt für Wirtschaft und Tourismus, 2012, pp. 1-8).

1. **Le thème** : il joue le rôle de fil conducteur ou fil rouge et permet à l'offre de rester cohérente. Il est possible de le choisir, mais il doit favoriser l'authenticité de l'offre et renforcer la marque de la destination. Il doit donc être choisi en fonction du patrimoine à disposition.

2. **La conception de la mise en scène** : il s'agit de l'outil de planification et de coordination, développé en fonction du thème.
3. **Les attractions et activités** : elles permettent de créer des évènements qui vont engendrer des expériences.
4. **Le cadre** : il doit correspondre au thème choisi et va permettre de l'accentuer.
5. **Le flux guidé des visiteurs** : il doit permettre aux visiteurs de passer à travers les différentes attractions et les zones de calme de manière fluide.
6. **Le management du bien-être** : il s'agit de gérer les besoins de base des visiteurs tel que les besoins de se nourrir et de se sentir en sécurité pour que l'expérience soit perçue de manière positive.
7. **Visiteurs/clients** : une perception positive de l'atmosphère et donc de l'expérience dépend fortement du visiteur lui-même. En effet, il doit être capable de visualiser la scène. Les intérêts, les besoins, les attentes et les expériences doivent être reconnus et pris en compte pour engendrer une expérience positive.

La mise en scène d'une offre touristique est cependant critiquée sur deux points principaux. Le premier est le fait de théâtraliser ou caricaturer le patrimoine culturel. Certaines coutumes par exemple sont mises en scène pour les touristes et ne reflètent pas la réalité. Il n'est donc plus question d'authenticité. Le second point est le problème de la standardisation. La consommation de masse pousse les différents acteurs touristiques à rechercher le plus de rentabilité possible et « imposent peu à peu des modèles « universels » de mise en valeur » (Patin, 2012, p. 160) autant au niveau des infrastructures que du contenu culturel. Les notions d'authenticité, de diversité culturelle et d'identité ne sont souvent que peu présentes dans certaines offres culturelles (Patin, 2012, p. 160).

1.5 Modes et tendances actuelles

Cheryl Hargove (2014, p. 10) cite trois tendances principales à prendre en compte dans le développement du tourisme culturel : la recherche d'expériences immersives et authentiques, l'utilisation des technologies pour le choix du voyage et le besoin d'offres respectueuses de l'environnement. En effet, comme exposé au chapitre 1.3, une grande partie des visiteurs sont de plus en plus à la recherche d'expériences, d'authenticité et de rencontres avec la population locale. Deuxièmement, pour promouvoir son offre, il est nécessaire

d'utiliser des images de qualité qui font rêver les visiteurs. Les gens utilisent de plus en plus les images pour interagir entre amis ou en famille, notamment à travers les réseaux sociaux. Troisièmement, la protection de l'environnement est importante dans chaque destination pour préserver les ressources naturelles et culturelles étant la base de toutes offres touristiques.

Du point de vue des produits touristiques culturels, Claude Orgiet du Cluzeau (2013, pp. 79-80) en décrit cinq qui vont prendre de l'importance dans les prochaines années. D'après lui, le succès des city-breaks va continuer à se développer spécialement dans des destinations moins connues bénéficiant d'une nouvelle liaison aérienne ou ferroviaire rapide, de l'ouverture d'un nouveau musée, d'une rénovation importante ou d'un grand évènement. Il cite ensuite l'itinérance culturelle par tous les modes de transport (vélo, voiture, pied, moto,…) ; le tourisme créatif, dont le but est de faire un stage ou de rejoindre un groupe de personnes qui partage les mêmes hobbys ; les séjours story-telling « où le touriste est personnellement impliqué dans un récit littéraire ou policier, avec énigmes, chasse au trésor, dégustation à l'aveugle, charades et découverte » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 80) ; et pour finir l'économie de partage ou sharing economy « qui minimise les dépenses et maximise la rencontre conviviale » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 80).

Le jeu digital est également en train de s'imposer dans le tourisme culturel. Jessika Weber affirme que « playing on-site in the tourism destination with a smartphone will be one of the major development in the next few years » (2012, p. 2). La raison principale est que la perception des jeux a récemment changé grâce à l'utilisation des smartphones qui permettent de jouer en ligne à n'importe quel endroit (Weber, 2012, p. 1).

Comme présenté au chapitre 1.2.2, on observe un changement de la société qui ne recherche plus uniquement de l'information, mais également un côté ludique et plus familier. En particulier dans le tourisme culturel, le jeu permet de vivre intensément une expérience, de se projeter entièrement, en proposant des missions ou quêtes en rapport avec l'histoire du lieu. Les jeux sur smartphone offrent de nouvelles opportunités de mettre en place des activités ludiques et favorisent les expériences positives (Weber, 2012, p. 5).

1.6 Le tourisme médiéval

Le thème du Moyen Âge est aujourd'hui très apprécié et recherché par les touristes. Cela n'a pas toujours été le cas. L'attrait pour le Moyen Âge s'est développé dès le XXème siècle grâce au cinéma. Ce dernier transmet une image souvent faussée de cette période, mais qui fait rêver les gens. La sortie de la trilogie du *Seigneur des Anneaux* de Tolkien a également beaucoup contribué à nourrir cette fascination pour la période médiévale en mettant en avant le fantastique. Sur la base d'un fond historique, les films et livres sur le Moyen Âge ne transmettent que la partie radieuse de cette période, un autrefois qui fait fantasmer les gens (Plet-Nicolas, 2013, pp. 78-80).

Cet attrait vient aussi du fait qu'il existe encore de nombreux monuments datant de cette période, que de nombreuses personnes côtoient quotidiennement. Le Moyen Âge évoque quelque chose pour la majorité des touristes ; pour les Européens, il leur rappelle leur propre histoire et pour les Américains et les Australiens l'histoire de leurs ancêtres européens (Lacourt, 2013, p. 82). Sophie Lacourt (2013, p. 81) résume ces différents points en affirmant que la période du Moyen Âge est « à la fois une période historique que chacun « connaît », et une époque fantastique où les mœurs et les épisodes historiques (le roi Arthur, Jeanne d'Arc, les sorcières et les fous…) sont des archétypes captivants ». Elle pense également que les touristes sont séduits par le fait qu'il s'agisse d'une époque à la fois réelle et imaginaire.

De nombreux festivals d'histoire vivante et de fêtes médiévales sont aujourd'hui proposés aux visiteurs. À travers ses recherches effectuées en France, Lacourt (2013, p. 82) a découvert qu'une grande partie du tourisme culturel est proposé sous forme de manifestations historiques et en costume, dont plus de 70% sur le thème du médiéval.

« Les festivals d'histoire vivante ont pour objectif la re-création, suivie de la « mise en vie », d'un événement historique particulier ou de manières de faire d'un temps passé » (Tuaillon Demésy, 2013, p. 88). Ces derniers ne sont qu'une petite minorité des évènements touristiques médiévaux car ils ont pour but d'exposer une réalité historique basée sur des recherches faites en amont et s'adressent plus à des passionnés (Tuaillon Demésy, 2013, p. 88).

Les fêtes médiévales ont un caractère plus festif et moins informatif. Le décor est souvent peu représentatif de la réalité, mais reflète l'imaginaire de chacun. Les visiteurs ont de ce fait la possibilité de s'évader du monde actuel. Ces fêtes sont principalement tournées vers un

tourisme de masse et accessibles à tous et ont pour but de divertir les visiteurs (Tuaillon Demésy, 2013, pp. 89-92). Les fêtes médiévales sont très courantes. On en trouve dans la plupart des destinations qui disposent d'un patrimoine bâti médiéval.

Le tourisme culturel sur le thème du Moyen Âge a donc su se faire une place importante dans le monde du tourisme. Étant très apprécié, c'est un thème à mettre en avant en pensant à faire voyager ses visiteurs dans une autre époque et à les faire rêver.

2 Analyse de la situation de la destination Romont et sa région

Cette première partie a permis de récolter des informations théoriques sur le tourisme culturel et médiéval. Afin d'avoir une vision d'ensemble de la situation de la ville de Romont et ses environs, de son histoire et de sa situation touristique, une analyse préalable à la création de la nouvelle offre est présentée ci-dessous.

2.1 Description de Romont et ses environs

Romont est une petite ville du canton de Fribourg, chef-lieu du district de la Glâne, qui comptait 5266 habitants le 31 mars 2016 (Ville de Romont, 2016). Se trouvant en plein cœur de la campagne fribourgeoise, la ville bénéficie non seulement de magnifiques paysages, mais également d'un patrimoine architectural datant du Moyen Âge et de nombreux vitraux de valeur. En effet, Romont est une ville médiévale datant du XIIème siècle, située sur une colline. L'architecture de cette époque est très bien conservée et coexiste avec la ville « moderne » qui s'est développée autour de la colline.

Romont est située entre plusieurs grandes villes telles que Fribourg, Yverdon-les-Bains, Lausanne, Berne, Vevey et Montreux. Elle bénéficie d'une position privilégiée sur l'axe ferroviaire Genève-Berne et est desservie par plusieurs trains directs. La ville se trouve également sur la ligne RER Bulle-Berne. Elle est donc facilement accessible en transports publics. En voiture, Romont se situe à environ 11 km de l'autoroute qui relie Vevey à Berne. La carte ci-dessous illustre la situation géographique de Romont. La partie en rose représente le district de la Glâne.

Figure 4 : Situation géographique de Romont

Source : google.ch/maps (2016)

Au niveau touristique, Romont et sa région a comptabilisé 20'775 nuitées en 2015 et le Vitromusée, principale attraction touristique, a enregistré 14'078 visiteurs (Office du Tourisme de Romont et sa région, 2016). Le développement et la promotion touristique de la région de la Glâne est gérée par l'Office du Tourisme de Romont et sa région, sous la direction de la Société de Développement de Romont et sa région. Cette dernière est une organisation touristique régionale officiellement reconnue par l'Union Fribourgeoise du Tourisme (UFT). Le district de la Glâne comprend 19 communes : Auboranges, Billens-Hennens, Chapelle, Le Châtelard, Châtonnaye, Ecublens, Grangettes, La Folliaz, Massonnens, Mézières, Montet, Romont, Rue, Siviriez, Torny, Ursy, Villaz-St-Pierre, Villorsonnens et Vuisternens-devant-Romont (Région Glâne-Veveyse, 2016a). Les trois communes dont l'offre touristique est la plus importante sont Romont, Rue et Mézières.

Se trouvant dans le canton de Fribourg, l'Office du Tourisme de Romont et sa région fait partie de l'UFT. Il s'agit d'une « association de droit privé d'utilité publique. Sa mission globale est « le développement d'un tourisme privilégiant la valorisation du patrimoine naturel et culturel du Canton de Fribourg et les caractéristiques propres de ses régions géographiques » » (Union Fribourgeoise du Tourisme, 2016a). Il collabore également avec la

Région Glâne-Veveyse, qui elle, a pour but de promouvoir et coordonner le développement régional dans les districts de la Glâne et la Veveyse. (Région Glâne-Veveyse, 2016b).

2.2 Historique de Romont

Pour développer le tourisme médiéval dans une destination, l'analyse de cette dernière doit aussi passer par un recensement du patrimoine historique intangible. Ce chapitre est un résumé de l'entretien effectué avec Florian Defferrard, l'archiviste de la ville de Romont (communication personnelle, 5 avril 2016). L'entretien s'est basé sur une liste de questions préalablement préparées et transmises à M. Defferrard. Il a été enregistré pour ensuite pouvoir retranscrire les informations principales (c.f. annexe I). Un recensement du patrimoine historique de Romont, plus détaillé, est présenté à l'annexe II. Ce dernier a été fait sur la base de l'entretien avec M. Defferrard ainsi que sur certains documents conservés par l'Office du Tourisme de Romont et sa région. Ce recensement n'a pas été fait uniquement pour ce travail, mais également dans le but de développer une nouvelle brochure « Balade historique - Au cœur d'une ville médiévale ». C'est pourquoi l'histoire de la ville de sa construction à nos jours y est décrite. Pour ce travail, uniquement la partie sur le Moyen Âge est utilisée.

Toutes les conditions sont réunies pour affirmer que la région de Romont a bien été habitée avant le Moyen Âge, certainement par des Celtes ou des Romains. Quelques sépultures de l'Âge de Bronze ont également été retrouvées. Cependant, les recherches archéologiques qui pourraient le prouver sont difficilement réalisables.

Autour de 1150, la colline qui accueille aujourd'hui la ville de Romont appartient aux Seigneurs de Villaz. Le nom de Rotundus mons (mont rond) est pour la première fois mentionné en 1177 dans un document qui autorise les moines d'Hauterive à aller se servir de bois sur la colline. Cette déforestation est le point de départ de l'établissement humain. Suite à un conflit, la colline revient à la famille Billens qui s'y installe et y construit sa demeure.

Ce n'est que lorsque la famille de Savoie récupère Romont que la ville commence vraiment à se développer et que la communauté urbaine commence à s'organiser. La famille de Savoie s'installe dans le Pays de Vaud en 1207. Cette dernière s'enrichit principalement en offrant un service de transport aux voyageurs et marchands. Elle scelle une alliance avec les Fribourgeois qui définit que les Savoyards accordent des tarifs préférentiels à la bourgeoisie fribourgeoise.

C'est donc dans le but de créer une nouvelle route entre Fribourg et la région lémanique que Pierre de Savoie acquiert Romont. Pour s'assurer que les marchands utilisent cette voie, les Savoyards leur offrent une route sécurisée et de qualité. Contrevenir à la sécurité des routes est à cette époque considéré comme un crime grave qui est jugé par Pierre de Savoie en personne.

La ville de Romont est dirigée comme un apanage ou un fief. La famille de Savoie gère et retire les bénéfices, mais n'y habite pas. La ville est dirigée au niveau administratif par un châtelain, qui s'occupe de récolter les impôts et lever l'armée.

Romont étant une étape pour les marchands, Pierre de Savoie la fait construire dès le départ dans le but d'être une ville-marché. Les deux rues principales sont construites très larges pour accueillir le marché hebdomadaire qui a lieu le mardi. Entre deux et quatre fois par année ont également lieu des grandes foires qui s'installent dans toute la ville et durent plusieurs jours.

La ville est, à cette époque, entièrement entourée de remparts recouverts d'un toit et jalonnés de tours. Elle est accessible par trois entrées : la Porte de Fribourg, la Porte de Mézières et la Porte de Marsens.

Pierre de Savoie entreprend la construction du château au milieu du XIIIème siècle, dans le style typique du carré savoyard. En 1244, il est autorisé par l'évêque de Lausanne à construire une église qui deviendra par la suite la Collégiale Notre-Dame de l'Assomption.

Romont fut plusieurs fois victime d'incendies. Celui de 1434, le plus ravageur, détruit tout le haut de la ville et notamment une grande partie de la Collégiale. Cet évènement accentue la dépression dans laquelle la ville se trouve déjà suite à la grande peste de 1349. Romont subit alors un fort dépeuplement et une récession économique.

La période savoyarde commence à décliner lors des guerres de Bourgogne de 1475-1476. À cette occasion, la Savoie combat au côté de Charles le Téméraire qui sera perdant. Romont est prise et incendiée à deux reprises. Lors d'un des pillages, les Fribourgeois et les Bernois, qui combattent côte à côte, emportent le bourdon de la Collégiale de Romont et le replacent dans la Cathédrale Saint-Nicolas de Fribourg. Les Fribourgeois démontrent alors leur supériorité militaire sur la Savoie.

Suite à ces évènements, les Comtes de Savoie se retirent petit à petit de la ville. Le peuple et l'Eglise, qui n'ont plus confiance et ne se sentent plus protégés, s'en distancient et

acquièrent de plus en plus d'autonomie. C'est au début du XVIème siècle que la famille de Savoie se retire totalement du Pays de Vaud et repart vers le sud du Léman.

En 1536, les Bernois et les Fribourgeois conquièrent la ville de Romont qui choisira de devenir un baillage fribourgeois jusqu'à l'Acte de médiation de 1803. Romont deviendra finalement chef-lieu du district de la Glâne en 1848.

2.3 Offre actuelle

La région de Romont est connue sous le nom de Pays du Vitrail. En effet, le Vitromusée ainsi que le Vitrocentre, centre de recherche sur les arts du verre, se trouve à Romont. On trouve également de nombreux vitraux de qualité, très connus, dans les différentes églises de la région. Romont et sa région sont clairement positionnés sur le thème du vitrail. Cette thématique attire principalement un public de connaisseurs, de passionnés et de personnes plutôt âgées.

La région bénéficie également d'un paysage typique de la campagne fribourgeoise, conservé et entretenu, ainsi que d'un patrimoine médiéval important. Au niveau culinaire, on y trouve les spécialités fribourgeoises telles que le gruyère et le vacherin, la moutarde de bénichon et la cuchaule, le gâteau à la crème et au vin cuit ainsi que les pains d'anis.

Deux musées sont ouverts au public, le Vitromusée dans le château de Romont et le Musée du Papier peint à Mézières. Des visites guidées y sont organisées pour les groupes, ainsi que des démonstrations, des ateliers et des animations. On trouve aussi à Villarimboud une activité très appréciée par les familles et les écoles, un parcours pieds nus dans la nature, *Le Pied Total*. Une description des différents sites touristiques de la région est présentée à l'annexe III.

Plusieurs possibilités de randonnées et de parcours à vélo sont également proposées en Glâne, notamment le sentier du vitrail qui passe d'église en église. Les remparts entourant la ville de Romont offrent une promenade avec une vue panoramique sur la région. Romont et Rue ont chacune leur balade historique. Pour finir, Romont et Rue sont des villes-étape de la Route du Cœur qui traverse la Suisse du Nord-est au Sud-ouest.

Au niveau des hébergements et restaurants, l'offre à Romont est assez restreinte. Quelques restaurants, boulangeries et hôtels se trouvent dans la ville et ses environs. La région bénéficie

également de plusieurs chambres d'hôtes et de trois hébergements atypiques (yourte, bivouacs suspendus aux arbres et roulottes).

Les communes de la Glâne s'animent lors de différents évènements organisés. Les plus importants sont le Carnaval, la procession des Pleureuses et les Tapolets, les foires de printemps et de la Bénichon, le Comptoir de Romont, les 20 Heures de Musique, le Vitrofestival, la Braderie, la St-Nicolas et Art Forum à Rue.

Romont se trouve sur le Chemin de St-Jacques de Compostelle. De nombreux pèlerins s'arrêtent dans cette ville-étape qui se situe entre Fribourg et Moudon. Ces derniers peuvent passer la nuit dans les hôtels ou chambres d'hôtes existants ou chez l'un des nombreux habitants de la région qui ouvrent leur porte uniquement à cette clientèle particulière. Une liste des hébergements pour pèlerins est disponible à l'office du tourisme ou sur le site internet de romontregion.ch.

Les caractéristiques touristiques de Romont et sa région font que la région bénéficie principalement d'un tourisme d'excursion. Les visiteurs sont principalement des connaisseurs du vitrail plutôt âgés, des personnes qui aiment le sport et la randonnée ou des pèlerins.

2.4 Le thème du médiéval à Romont

Comme vu précédemment, Romont est une ville médiévale qui bénéficie d'une architecture typique de la période savoyarde, très bien conservée. Cette caractéristique de la ville n'est cependant que très peu utilisée au niveau touristique. Certains monuments historiques accueillent des produits touristiques, tel que le Vitromusée dans le château ou encore les expositions et spectacles dans la Tour du Sauvage. Mais les parties extérieures des monuments historiques ne sont que très peu mises en valeur, et les évènements ou produits touristiques qui les occupent ne sont pas en lien avec le thème du médiéval.

Ce thème n'a pas été mis en avant à Romont et sa région, principalement car la région est clairement positionnée comme Pays du Vitrail. Le thème du verre et du vitrail fait partie intégrante de l'offre touristique de Romont. La région s'est développée autour de ce thème au détriment de celui du médiéval. Ce choix a dû se faire à cause des ressources limitées de l'office du tourisme. Cependant, des visites guidées de la vieille ville ont toujours été proposées et une volonté de mettre en valeur le patrimoine historique est présente. Deux exemples le confirment, premièrement la création en 2015 d'une boucle « Légendes &

Châteaux » pour le Bus Découvertes. Il s'agit d'un bus rétro qui propose à ses utilisateurs d'acheter un billet pour toute la journée leur permettant de monter et descendre comme ils le désirent. La boucle « Légende et Châteaux » passe par les villes de Romont, Mézières, Rue, Oron, Moudon et Lucens et des conteurs sont présents dans le bus. Deuxièmement, la création conjointe à ce travail d'une brochure balade historique.

Tout ce qui a trait au thème du médiéval au niveau touristique attire de plus en plus de visiteurs. De nombreuses destinations ont choisi de le mettre en avant pour se positionner par rapport aux autres offres touristiques (c.f. chapitre 1.6). Les gens recherchent l'authenticité d'un lieu et sont intéressés par son histoire (c.f. chapitre 1.3). Ces différentes raisons poussent à développer l'offre touristique médiévale de Romont et sa région en mettant en scène les lieux historiques. D'autre part, le public cible étant actuellement assez restreint, développer une nouvelle offre touristique médiévale est un moyen de diversifier et donc d'élargir le public cible de Romont et sa région.

2.5 Situation générale

Dans toute l'Europe il est possible de trouver des monuments datant de la période médiévale. Beaucoup de destinations ont choisi de les mettre en avant et de développer une offre touristique basée sur ces monuments et leur patrimoine. C'est pourquoi une forte concurrence existe autour d'une offre touristique médiévale.

En Suisse, plusieurs villes offrent déjà des prestations touristiques sur le thème du Moyen Âge, notamment des fêtes médiévales ; citons principalement Veytaux avec le Château de Chillon, St-Ursanne, Gruyères, St-Triphon, Grandson, Saillon, La Sarraz, Morges, Wellenberg et Le Landeron. Ces villes se trouvent en majeure partie en Suisse romande.

Romont est entourée de destinations ou de produits touristiques médiévaux tels que les villes de Gruyères, Morat, Bulle et Estavayer-le-Lac qui se trouvent également dans le canton de Fribourg et font donc aussi partie de l'UFT. Mais également Oron, Moudon, Lucens et le Château de Chillon, tous situés dans un rayon d'environ 40 kilomètres.

Des coopérations existent déjà entre toutes les destinations fribourgeoises à travers l'UFT. L'UFT a comme vision pour le développement touristique de la région « Get nature, feel good ». Elle met principalement en avant la nature et l'authenticité (Union Fribourgeoise du Tourisme, 2008). La région est clairement positionnée sur les traditions, la gastronomie et les

spécialités locales ainsi que la nature. Les villes de Fribourg, Gruyères et Morat sont des destinations fortes qui offrent patrimoine culturel et gastronomie fribourgeoise. Cependant Romont à l'avantage d'être une destination « ville » avec une offre culturelle, mais entourée de nature. Cette dernière est facilement accessible et des produits touristiques nature sont disponibles dans la région.

D'autre part, Romont faisant partie des « petites destinations » touristiques de la région, des coopérations avec d'autres petites destinations qui proposent également une offre médiévale sont possibles.

2.6 Tendances et évolution du marché

De manière générale, les arrivées touristiques augmentent régulièrement. Les derniers chiffres de l'organisation mondiale du tourisme montrent que les arrivées touristiques internationales ont augmenté de 4,4% et les arrivées en Europe de 5% (World Tourism Organisation UNWTO, 2016). La Suisse quant à elle a enregistré une légère augmentation de 0,4% entre 2011 et 2012 (Fédération Suisse du Tourisme, 2014).

Les touristes qui visitent la Suisse sont majoritairement suisses (Switzerland Tourism, 2014, p. 2). Cependant, les Suisses allemands et les Suisses romands ont tendance à rester dans leur région linguistique, seuls 3% des voyages des Suisses allemands s'effectuent en Suisse romande, et 14% de ceux des Suisses romands s'effectuent en Suisse allemande (sda, 2014). Les excursions en montagne, les dégustations de spécialités locales, les activités dans la nature et les activités culturelles font partie des principales activités que les touristes en Suisse pratiquent durant leur séjour (Switzerland Tourism, 2014, p. 20). Les trois premiers moyens qu'ils utilisent pour s'informer sur une destination sont : les recommandations des proches, les sites internet des hébergeurs et les sites internet des destinations.

En ce qui concerne le tourisme culturel, il tient une place importante dans les activités touristiques, "more than 50% of tourist activity in Europe is driven by cultural heritage and cultural tourism is expected to grow the most in the tourism sector" (OCDE, 2009, p. 21). L'augmentation du niveau d'éducation, le vieillissement de la population, la recherche d'un tourisme basé sur l'expérience ainsi que l'amélioration de la mobilité et donc de l'accès aux autres cultures sont différents facteurs qui caractérisent la société actuelle et démontrent que la demande du tourisme culturel va continuer à augmenter (OCDE, 2009, pp. 19-20). En ce qui

concerne le tourisme médiéval, de nombreuses fêtes et activités sur le thème du médiéval existent dans toute l'Europe (c.f. chapitre 1.6).

2.7 Analyse SWOT

Une analyse SWOT a été effectuée à l'aide du tableau ci-dessous. Celle-ci permet de définir les forces, faiblesses, opportunités et menaces de la destination.

Tableau 3 : Analyse SWOT

Forces	Faiblesses
• Paysages naturels conservés • Architecture médiévale de qualité et en bon état • De nombreuses églises avec des vitraux connus et de grande valeur • Conservation des traditions • Beaucoup d'animations et de manifestations • Plusieurs circuits VTT et pédestres • Facilement accessible en train et en voiture et proche de grands axes touristiques (Lausanne, Montreux, Fribourg, Berne) • Pas de tourisme de masse	• Destination peu connue • Capacité d'hébergement très restreinte • Peu de variété dans la restauration • Destination très orientée sur le thème du vitrail • Patrimoine historique très peu mis en valeur • Pas de possibilité de visiter l'intérieur du château en tant que monument historique
Opportunités	**Menaces**
• Répond aux attentes du tourisme de nature • Région typique du canton de Fribourg • Engouement pour le tourisme médiéval • Augmentation des courts séjours	• Destinations "fortes" et connues très proche • Plusieurs destinations avec une offre médiévale à proximité • Peu de moyens financiers

Source : Données de l'auteure

Forces

Premièrement, la ville de Romont bénéficie d'une situation privilégiée. Elle se situe près de plusieurs grandes villes (c.f. chapitre 2.1) qui sont également importantes au niveau touristique. Elle est facilement accessible en train et en voiture (c.f. chapitre 2.1). Cette proximité et cette facilité d'accès est un atout autant pour attirer la population régionale que les touristes qui viennent visiter une des grandes villes à proximité.

Deuxièmement, Romont est une petite ville médiévale ayant été très bien conservée au fil des années et qui a gardé ses paysages naturels. La ville et sa région bénéficient également d'un important patrimoine bâti, médiéval et sacré (c.f. annexe III).

Troisièmement, la ville de Romont a su conserver ses traditions. Des fêtes telles que les foires, la Bénichon, les Pleureuses ou encore les Tapolets ont encore lieu chaque année. On y trouve de nombreuses spécialités culinaires (c.f. chapitre 2.3) fabriquées par les boulangeries environnantes. Ces fêtes et produits locaux n'ont pas été mis en scène pour développer le tourisme mais ont perduré principalement grâce et pour la population locale.

Quatrièmement, de nombreux évènements en tous genres sont organisés sur différents thèmes tout au long de l'année à Romont et dans sa région, certains par les sociétés de développement ou l'office du tourisme, mais également un grand nombre d'autres par les différentes sociétés locales et les particuliers. Finalement, de nombreux parcours et sentiers vélos et/ou pédestres ont été mis en place dans la région, la nature environnante étant idéale pour les activités extérieures.

Faiblesses

La destination a également quelques faiblesses. Pour commencer, elle est assez peu connue. Elle n’est pas perçue comme une destination touristique et son offre est peu connue, principalement en dehors du canton de Fribourg, voire de la région de la Glâne.

D’autre part, la destination est majoritairement orientée et connue pour ses vitraux. Cela restreint grandement le public cible car ce thème attire des visiteurs plutôt âgés, des connaisseurs et des passionnés. Il est difficile de développer et de faire connaitre les autres offres touristiques.

Pour finir, il n’y a que très peu d’hôtels dans la région. Plusieurs chambres d’hôte existent, mais la capacité d’hébergement reste très restreinte. En ce qui concerne la restauration, l’offre est peu variée. La plupart des restaurants offrent une cuisine locale et traditionnelle. Il

existe également quelques restaurants italiens ou chinois, mais aucun restaurant gastronomique. L'offre est encore plus restreinte les dimanches, car une grande partie des restaurants sont fermés ce jour-là.

Opportunités

En ce qui concerne les opportunités, la région de la Glâne est en pleine nature et est très ancrée dans ses propres traditions et celles du canton. Elle suit donc la tendance actuelle de recherche d'authenticité et de découverte des traditions. Elle répond également aux attentes des visiteurs qui recherchent un tourisme de nature, c'est-à-dire des paysages conservés et entretenus, de la tranquillité ou encore de l'air pur.

La ville bénéficie d'une architecture médiévale de qualité qui pourrait être utilisée pour répondre à la demande toujours croissante pour un tourisme culturel historique et plus précisément médiéval.

Finalement, comme mentionné au chapitre 1.2.2, la tendance est au séjour de courte durée. Romont et sa région étant une petite destination avec peu d'hébergements et une offre touristique restreinte comparée aux grandes villes qui l'entourent, elle est plus adaptée pour des séjours d'un à deux jours.

Menaces

La destination est cependant menacée d'une part par sa situation géographique. Elle est entourée par plusieurs autres destinations touristiques importantes et/ou qui sont aussi des villes médiévales (c.f. chapitre 2.5). Il existe donc déjà une forte concurrence sur l'offre touristique médiévale. D'autre part, la Société de Développement de Romont et sa région a des moyens financiers assez restreints, en partie à cause du nombre peu élevé des nuitées. Il est donc difficile de développer de nouvelles offres touristiques, de se faire connaitre et donc de concurrencer des destinations telles que Gruyères ou Morat. Cependant, une collaboration avec ces destinations pourrait permettre de faire circuler les flux de visiteurs d'un lieu à l'autre. Cette situation géographique deviendrait alors une force.

3 Perception et attrait de Romont et sa région

Pour déterminer si l'offre touristique de Romont et sa région est connue par les potentiels visiteurs et pour récolter des informations sur ce qui pourrait les attirer, une étude qualitative a été menée. Une étude qualitative est effectuée sur la base d'entretiens qui permettent de déterminer l'attitude et les motivations d'un groupe de personnes choisi (e-marketing.fr, 2016). Pour cette étude, des entreprises d'autocars (c.f. annexe IV) ainsi que des familles (c.f. annexe V) ont été interrogées.

3.1 Point de vue des autocaristes

Les entreprises d'autocars peuvent être un public cible intéressant car ils proposent des activités variées pour satisfaire les attentes de leurs clients et augmentent la visibilité des destinations en les insérant dans leurs offres. Pour déterminer si Romont et sa région est connue par ces derniers et ce qu'ils recherchent, dix entreprises ont été interrogées.

Le choix des répondants s'est fait en fonction de la situation géographique des entreprises et de leur importance. Des entreprises des cantons de Fribourg, Vaud, Valais, Genève et Berne ont été approchées. Chacune se trouve entre 30 minutes et deux heures de route de Romont. Les raisons étant que la ville est une petite destination touristique, elle est donc principalement connue au niveau régional et peu de visiteurs seraient prêts à faire de longues heures de voyage pour la visiter. Les principales entreprises d'autocars suisses comme Marty, Reamy et Buchard ont aussi été interrogées. Romont se trouvant proche de la partie suisse allemande du pays, des entreprises de Suisse romande et de Suisse allemande ont été contactées, cependant seules trois entreprises suisses allemandes ont accepté de répondre.

La première prise de contact a été faite par téléphone, ce qui permet d'avoir une conversation avec les répondants et d'adapter les questions en fonction de leurs réponses. Mais certaines entreprises ont préféré recevoir les questions par mail. Leurs réponses ont donc été moins détaillées.

L'offre touristique de la ville est clairement méconnue des entreprises d'autocars et ces derniers n'y proposent que très peu d'excursions. Deux des répondants n'organisent aucun voyage à Romont, ils sont les deux Suisses allemands. Les autres entreprises ont toutes affirmé n'en organiser que très peu (majoritairement entre une et deux fois par année). Le Vitromusée étant l'attraction principale de la région, il est normal qu'il soit cité par la majorité des

répondants, c'est-à-dire sept sur dix. Cependant, les nombreuses autres offres existantes ne le sont pas. Le nombre d'excursions organisées est très faible, d'une part à cause du fait que les autocaristes n'en proposent que très peu et ne les mettent pas en valeur, mais également suite au manque d'intérêt de leurs clients. Un des répondants a affirmé qu'une visite de Romont était proposée dans leur catalogue mais qu'elle n'était que très peu choisie.

La seconde partie du questionnaire porte sur l'attrait des clients des autocaristes pour les villes médiévales ainsi que ce qu'ils aiment y faire. Des questions sur les villes de Gruyères et de Morat ont été posées car elles se trouvent à proximité de Romont ; il s'agit aussi de villes médiévales très connues et visitées par les touristes. Pour commencer, chaque entreprise a affirmé organiser de manière régulière des excursions dans la ville de Gruyères et sa région ainsi que dans celle de Morat. Les activités proposées à Gruyères sont (des plus aux moins citées) : restauration (spécialités), visite libre de la ville, visite du château, visite de la Maison Cailler, visite d'une fromagerie et montée au Moléson. On voit que les autocaristes ne vendent pas uniquement un voyage dans la ville de Gruyères, mais dans toute sa région. Les activités proposées à Morat sont : croisière sur le lac, pause-café ou brunch et visite libre de la ville avec possibilité de faire du shopping.

Le fait de visiter une ville médiévale n'est pas le but premier des clients des autocaristes, mais l'architecture historique sert de cadre ou de décor. La gastronomie et les spécialités locales, énoncées par la moitié des répondants, ont une place importante dans ces excursions. On remarque également que les villes de Morat et de Gruyères bénéficient des nombreuses offres et particularités de leur région. À Gruyères, les touristes veulent visiter la chocolaterie et les fromageries, et à Morat, ils profitent du lac pour faire des croisières et de la ville pour le shopping. Le cadre médiéval de la ville joue un rôle dans le choix de la destination, mais les différentes activités proposées sur place ou dans la région proche sont encore plus importantes. Le fait d'être surpris ou de faire des activités insolites a également été mentionné à deux reprises.

En conclusion, les autocaristes recherchent des destinations qui proposent un grand nombre d'offres variées. Il est nécessaire que Romont et sa région leur fasse connaitre ses nombreuses offres, ce qui permettrait aux autocaristes d'organiser et de proposer à leurs clients des excursions plus variées et donc plus attractives. Des newsletters pour les groupes sont déjà envoyées régulièrement. Il pourrait donc être envisagé de revoir la liste d'adresse utilisée ou de trouver d'autres moyens de toucher ces entreprises. Cependant, ces entretiens

ont montré que les entreprises d'autocars ne sont pas un public cible à prendre en compte pour le développement d'une nouvelle offre médiévale. Tout d'abord car ce thème n'est pas un des arguments principaux pour attirer leurs clients, mais également car le nombre d'excursions qu'ils organisent dans la région est très restreint, ils se concentrent principalement sur les destinations connues comme Gruyères et Morat qui sont demandées par leurs clients. Développer une offre pour ce public n'apporterait que peu de retombées. Il faut d'abord que leurs clients connaissent la région de Romont et ce qu'on peut y faire pour que plus d'excursions y soient organisées.

3.2 Point de vue des familles

Pour avoir un second point de vue, dix familles habitant dans la région de la Riviera, dans le canton de Vaud, ont été interrogées. Ce choix s'est fait premièrement car Romont et sa région est une destination qui attire principalement des personnes plutôt âgées. Développer une nouvelle activité pour les familles permettrait d'attirer un nouveau public et de varier les offres proposées. Deuxièmement, la région a été choisie car Romont est surtout connue dans le canton de Fribourg et que, au niveau promotionnel, Romont et sa région se concentre sur les habitants du canton. La région lémanique se trouve à environ 30 minutes en voiture de Romont et pourrait donc être un public cible intéressant. Cette étude a pour but de déterminer si ces familles seraient de potentiels visiteurs et de savoir ce qui les attire lorsqu'elles partent en excursion.

Le questionnaire s'est fait durant un après-midi lors des vacances scolaires d'été, au Jardin Doret à Vevey. Les Veveysans et les gens de la région viennent passer du temps dans ce parc qui offre entre autres un accès au lac, un grand espace vert et une place de jeux pour les enfants. On y trouve de nombreuses familles qui cherchent des activités à faire avec leurs enfants. Les familles interrogées ont au moins un enfant en âge d'être à l'école primaire.

L'étude a montré que neuf répondants sur dix connaissent la ville de Romont et plus de la majorité y sont déjà allés, cependant seul deux d'entre eux dans un but touristique et pas avec leur famille. Huit personnes ne disent pas connaitre ce qu'il y a à faire à Romont. Le Vitromusée, le Château et les remparts sont cités une fois chacun. L'offre touristique de Romont est donc fortement méconnue des personnes interrogées.

La deuxième partie du questionnaire porte sur ce qui les attire et ce qu'elles recherchent lors de sorties en famille. Sept répondants sur dix affirment être intéressés par le thème du médiéval. La majorité a déjà visité la ville de Gruyères et les termes de spécialités, décor, coutumes et visite des musées sont ressortis lorsqu'ils ont dû dire ce qui les attirait dans cette ville.

La majorité des répondants dit faire environ une fois par mois des sorties ou visites en famille hors de leur ville. Parmi eux, ils sont tous prêts à faire au minimum une heure de trajet aller-retour pour arriver à leur destination. La grande majorité accepte de faire entre deux heures et trois heures maximum. Les transports publics jouent un rôle important pour les répondants car trois des familles affirment les utiliser pour leurs sorties et deux utilisent le plus pratique en fonction de la fréquence, du nombre de changements et de l'accessibilité à la destination.

Lorsqu'il leur a été demandé ce qu'ils recherchaient ou ce qui était important pour eux lors d'une sortie en famille, les répondants ont mentionné principalement : les balades, les monuments historiques, les activités éducatives et le fait qu'il y ait des activités pour toute la famille, aussi bien pour les grands que les petits. On voit donc que, pour les répondants, les activités autour de la nature sont très recherchées, que les familles cherchent un côté ludique aux activités qu'elles pratiquent et qu'il est important d'avoir soit plusieurs offres variées pour contenter tous les âges, soit une offre qui soit adaptée aux adultes comme aux enfants de tous âges.

Les familles lémaniques peuvent être un public cible intéressant pour Romont et sa région. Pour commencer, la majorité des familles interrogées recherche et fait régulièrement des activités et des sorties. Romont et sa région se trouve à une distance de la Riviera que tous les répondants seraient prêts à parcourir et elle est, comme ils le recherchent, en pleine nature. Finalement, le thème du médiéval attire la majorité d'entre eux. Pas uniquement les familles de la Riviera, mais toutes celles de la région lémanique peuvent être des visiteurs potentiels. Le fait que Romont soit bien desservie par les transports publics est également un atout. Cette étude montre aussi que, selon les personnes interrogées, pour développer une offre visant les familles, il est important qu'elle soit adaptée aux grands comme aux petits.

4 Récolte d'idées

Dans le but de s'inspirer d'offres déjà existantes, ce chapitre présente différentes idées qui pourraient être adaptées pour développer une nouvelle offre touristique médiévale à Romont. Ces idées ne présentent pas uniquement d'autres offres de tourisme médiéval, c'est pourquoi un Benchmarking n'a pas été effectué. En effet, un Benchmarking a pour but de comparer des offres de même type. Or dans le cas présent, la plupart des destinations ayant développé des offres touristiques autour d'un patrimoine médiéval proposent des prestations basiques telles que des visites guidées ou encore des fêtes médiévales. Dans le but de s'inspirer d'autres offres plus créatives et innovantes, la récolte d'idées ci-dessous a ainsi été effectuée en analysant différentes offres et activités.

4.1 Fêtes médiévales

De nombreuses destinations dans toute l'Europe ayant un patrimoine médiéval organisent des fêtes sur ce thème. La plupart proposent des reconstitutions, des démonstrations et spectacles (tournois, danse, musique, etc.), de la nourriture d'époque ou encore un marché médiéval. Ci-dessous sont présentés deux exemples de fête médiévale.

Premier exemple, le Château de Gruyères organise chaque année *La Fête de Médiévale de la Saint-Jean*. Les visiteurs paient l'entrée habituelle du château sans supplément. Le temps d'un week-end, le château remonte le temps et propose à chaque édition un thème différent pour découvrir la vie au Moyen Âge. Le thème de cette année 2016 était « Retour des Croisades » et toutes les activités proposées étaient en rapport avec cette thématique. Des gens habillés pour l'occasion animaient le week-end. Différents stands montraient les objets et produits utilisés à cette époque et comment ils étaient produits (apothicaire, fabrication de savons et onguents, fabrication de bougies, cuisine, teinturier, poterie, bijoux, épées, etc.). Plusieurs activités étaient organisées telles que des ateliers artisanaux, des spectacles de danse, des duels commentés, des contes et légendes de l'Orient ou encore un spectacle de saltimbanques. Pour les enfants, un atelier bricolage ainsi qu'un questionnaire relatif aux stands avec un souvenir comme récompense étaient proposés (Château de Gruyères, 2016).

La Fête Médiévale de la Saint-Jean vise majoritairement des familles et des passionnés. Les activités proposées sont principalement orientées pour les enfants et leur permettent de découvrir cette période de manière ludique.

Deuxième exemple, Le Petit Pays, situé dans la Commune d'Andilly en France, organise chaque année *Les Grandes Médiévales*. L'évènement est payant, il dure cinq jours et est réparti sur deux week-ends. Trois des cinq jours se prolongent avec des nocturnes. Tout le village est décoré pour immerger totalement ses visiteurs dans le monde du Moyen Âge. Plus de 500 artistes et un millier de figurants arpentent les lieux pour rendre le tout vivant. La période du Vème au XVème siècle est présentée à travers différents univers tels que des échoppes, fermes, cour des miracles, etc. Des spectacles sont aussi organisés (joutes, combats, spectacles animaliers, théâtre et magie, forêt enchantée, musique médiévale, spectacles déambulatoires) ainsi que des animations pour les enfants. Les plus pertinentes à citer sont : la participation à diverses épreuves au terme desquelles les enfants deviennent chevaliers, l'écriture de leur nom avec les techniques du Moyen Âge et la participation à un atelier jonglerie (Le Petit Pays, 2016).

Cette fête est ouverte à tous, mais offre tout de même beaucoup d'activités pour les enfants. Un tel évènement demande un grand nombre de ressources financières et organisationnelles.

Un tel évènement pourrait permettre à la ville de Romont de redynamiser et faire découvrir son patrimoine médiéval. Cependant, plusieurs fêtes de ce type existent déjà dans des destinations proches de Romont. Par ailleurs, la ville comptant déjà un grand nombre de manifestations tout au long de l'année, l'office du tourisme ne désire pas organiser de nouvel évènement annuel.

4.2 Itinérance médiévale de la Vallée du Dropt

« Comme son nom le laisse entendre, l'Itinérance médiévale en vallée du Dropt est un festival nomade, qui a la particularité de se déplacer dans le temps et dans l'espace le long d'une petite rivière en déclinant des thèmes liés au Moyen Âge afin de mettre en valeur des sites patrimoniaux » (Lallemant, 2013, p. 138). La région d'Aquitaine en France bénéficie d'un grand nombre de monuments datant du Moyen Âge. Il a donc été décidé de créer un festival qui passe dans différentes communes pour mettre en valeur ce patrimoine médiéval. Le festival est organisé par une agence évènementielle et une collectivité locale (Lallemant, 2013, pp. 138-139).

En 2016, pour la 16ème édition, le festival a duré six jours, sur six sites différents. Certaines animations se retrouvent d'un site à l'autre, mais chacun d'eux a une ou plusieurs activités spécifiques. La ville de Cadouin propose une enquête géante dans son abbaye, celle de Eymet présente, entre autres, un mariage médiéval, celle de Soumensac propose des animations sur le chemin de ronde de son château, celle de Duras offre principalement des démonstrations et spectacles (spectacle de feu, spectacle équestre, parade), celle d'Issigeac organise un buffet médiéval et pour finir, la ville de Saint-Félix-de-Foncaude propose des démonstrations et initiations dans une forge médiévale (Vallée du Dropt, Vallée des Bastides, 2016).

La collaboration de toutes ces villes pour mettre en place un tel évènement permet d'avoir une offre qui englobe toute la région, un visuel identique pour l'ensemble des destinations et de partager les frais d'organisation.

Romont et sa région étant entourée par d'autres destinations médiévales, il pourrait être intéressant de créer des collaborations et de développer un festival itinérant dans toutes les petites destinations, par exemple à Moudon, Lucens et Estavayer-le-Lac. Cependant, comme indiqué plus haut, la volonté de l'office du tourisme n'est pas de mettre en place un nouvel évènement. Un produit, et non un évènement, pourrait être instauré en collaboration avec ces autres destinations médiévales.

4.3 Fête des lumières

La ville de Morat a organisé pour la première fois en janvier 2016 un festival des lumières. Durant 12 jours, les visiteurs ont eu la possibilité de se balader, de 18h à 22h, dans les rues de la ville à travers différentes animations lumineuses. La vieille ville, ses monuments et ses alentours ont été mis en lumière par des artistes régionaux et internationaux. Au total, 23 projets jalonnaient la ville et des visites guidées étaient organisées chaque soir.

Cette première édition a dénombré plus de 80'000 visiteurs et a permis à la ville de Morat d'animer le mois de janvier, de mettre en valeur son patrimoine bâti et de se positionner comme destination innovante (Morat Tourisme, 2016a).

Un tel projet innovant permettrait à la ville de Romont, d'une part, de mettre en avant son patrimoine historique et d'autre part de se faire connaitre en tant que destination innovante. Cependant, il ne serait pas possible de reprendre le même concept, car la ville de Morat est très proche de Romont et fait aussi partie de Fribourg Région. Néanmoins, reprendre l'idée de

décorer les bâtiments, sur une courte ou une plus longue période, pourrait permettre de les mettre en valeur et d'attirer un nouveau public.

4.4 Rallye et chasse au trésor

L'ensemble des destinations touristiques du canton de Fribourg propose des visites guidées de leur ville ou des balades historiques, effectuées à l'aide de brochures. Certaines, pour rendre la visite plus ludique, proposent également des rallyes ou chasses au trésor. Ceux-ci sont principalement faits pour les familles avec enfants et permettent de faire le tour de la ville et de voir les monuments principaux en s'amusant. Les documents nécessaires sont à chaque fois téléchargeables ou disponibles à l'office du tourisme et l'activité est gratuite.

La ville d'Estavayer-le-Lac propose à ses visiteurs trois rallyes à travers la ville. Les participants se basent sur un petit dépliant (c.f. annexe VI). Le but est de retrouver les emplacements qu'ils voient en photo (entre dix et quatorze photos par rallye) à l'aide d'un plan. Le plan indique les différents emplacements possibles et il faut inscrire le numéro de la photo sur le bon emplacement. Après avoir trouvé toutes les réponses, les participants peuvent se rendre à l'office du tourisme pour les contrôler et recevoir, si tout est correct, une surprise (Estavayer-le-Lac, Payerne et région, 2016).

Le principe est assez simple et permet aux enfants comme aux adultes d'observer en détail les différents monuments de la ville. Le fait qu'il y ait trois rallyes différents donne la possibilité aux visiteurs de revenir pour refaire l'activité, mais avec un parcours différent.

Pour citer un autre exemple, la ville de Morat a également mis en place une chasse au trésor. Les participants ont à disposition un document qui contient une carte de la ville et des questions (c.f. annexe VII). Chaque question porte sur un endroit différent dans la ville, souvent illustré par une photo. Les participants doivent choisir entre trois réponses à choix et à chaque réponse est associée une lettre. En inscrivant toutes les lettres trouvées dans les cases prévues à cet effet, sur la première page, un mot est découvert. Une fois toutes les réponses trouvées, les participants peuvent se rendre à l'office du tourisme et recevoir un petit trésor souvenir (Morat Tourisme, 2016b). Cette chasse au trésor permet également de découvrir la ville de manière ludique, tout en demandant plus de réflexion et est plus variée que le rallye à Estavayer-le-Lac.

Organiser un rallye ou une chasse au trésor dans la ville est une manière simple et qui demande peu de ressources financières, pour faire visiter la ville et attirer les familles. Une telle offre serait un complément idéal à la nouvelle brochure « Balade historique » que l'office du tourisme de Romont a créée en place. Cependant, il s'agit d'une offre « basique » que plusieurs destinations autour de Romont ont déjà mise en place et qui ne sort pas de l'ordinaire. Il faudrait donc soit mettre en place une chasse au trésor du même type que celle de Morat ou Estavayer-le-Lac et développer une autre offre médiévale, soit utiliser l'idée de chasse au trésor et en faire une offre unique, en utilisant par exemple les nouvelles technologies (c.f. chapitre 4.5).

D'autre part, le fait que les participants doivent venir vérifier leurs réponses et chercher leur récompense à l'office du tourisme signifie que ce dernier doit être ouvert tous les jours de la semaine, ce qui n'est pas le cas pour celui de Romont. Il faudrait donc trouver un autre moyen pour que les gens puissent recevoir leur souvenir.

4.5 Gamified travel tours

Londres, New York et plusieurs autres villes américaines ont créé des applications smartphone qui permettent à leurs utilisateurs de visiter les villes en s'amusant. Ces tours peuvent porter sur différents thèmes pouvant aller de la résolution d'un meurtre à une balade littéraire ou encore la découverte des secrets d'un lieu. Le but de ces tours est, autre le fait de proposer une visite ludique, de faire découvrir des endroits peu connus ou hors des sentiers battus et parfois de jouer contre d'autres participants et d'essayer de les battre (Weber, 2012, p. 3).

Développer une application est très couteux et donc difficilement réalisable pour une destination comme Romont. Cependant, cela apporterait une valeur ajoutée certaine et permettrait à la destination de se différencier des nombreuses autres qui l'entourent. Il s'agirait d'une amélioration des simples chasses au trésor que proposent par exemple les villes d'Estavayer-le-Lac et de Morat.

4.6 Pokémon Go

Pokémon Go est une application pour Smartphone qui permet à ses utilisateurs de voyager à la fois dans le monde réel et celui des Pokémon. Le but étant de trouver et attraper des Pokémon qui se trouvent un peu partout dans les rues. Les téléphones vibrent lorsqu'une personne se trouve à proximité d'un Pokémon et celle-ci doit l'attraper en glissant son doigt sur son écran (The Pokémon Company, 2016). Cette application permet à ses utilisateurs d'arpenter les rues des différentes villes dans lesquelles ils se trouvent.

Pokémon Go est un bon exemple de l'utilisation des nouvelles technologies pour développer une nouvelle offre. À travers ce jeu, les participants explorent les villes à la recherche de Pokémons supplémentaires. Cette application amène une façon innovante de découvrir un endroit tout en s'amusant. Elle permet de lier réalité et virtuel.

Une offre similaire à Pokémon Go pourrait être développée dans la ville de Romont et ses environs, sur le thème du médiéval. À l'aide de leur téléphone, les visiteurs devraient se promener dans la région et, par exemple, pourraient tomber sur des personnages qui leur donneraient des informations ou devraient récolter des objets.

Mettre en place un tel projet permettrait de développer une offre innovante qui ferait découvrir la ville de Romont et ses alentours. Cependant, développer ce genre d'application est extrêmement coûteux et demande beaucoup de temps.

4.7 Les greeters

Quelques destinations en Suisse et à l'étranger proposent des visites guidées un peu particulières. Pour personnaliser et amener plus d'authenticité, celles-ci sont faites par des habitants bénévoles de la destination, appelés *greeters*. La ville de Genève a mis en place un tel système. Des bénévoles genevois d'âges et de milieux socioprofessionnels différents se proposent pour faire visiter la ville à des hôtes. La visite se fait à pied ou en transports publics, elle est personnalisée et flexible selon les envies et attentes de chacun. Elle est aussi plus authentique que les visites classiques et sort des sentiers battus. La visite est donnée sur réservation et est gratuite (Genève tourisme, 2016).

La tendance actuelle des voyageurs étant la recherche d'authenticité et les rencontres avec la population locale (c.f. chapitre 1.5), visiter une ville avec un *greeter* correspond parfaitement aux attentes des visiteurs. Ces visites s'adressent à un public cible très large car

elles sont personnalisées et peuvent donc autant attirer des familles, qu'un groupe de jeunes ou des personnes âgées.

Romont et sa région pourrait mettre en place ce genre de visite, ce qui permettrait de mettre en avant son patrimoine historique, tout en incluant d'autres offres et prestations. Il faudrait néanmoins adapter cette offre à une petite ville, autant du point de vue du nombre d'habitants et donc du nombre de guides potentiels, que de la taille de la ville et du nombre d'offres touristiques qu'elle propose, moins nombreuses que dans une ville comme Genève.

5 Brainstorming et idée sélectionnée

L'analyse de Romont, les différents entretiens et la récolte d'idées ont permis d'avoir une vue d'ensemble de la destination et de trouver des idées pour créer une nouvelle offre. Afin de choisir cette offre, un brainstorming a été effectué avec les collaboratrices de l'Office du Tourisme de Romont et sa région (c.f. annexe VIII). Le brainstorming est une étape indispensable à la mise en place d'un nouveau projet, car il permet de laisser libre cours à son imagination et de faire ressortir toutes sortes d'idées. Ces idées sont ensuite triées et une d'entre elles est sélectionnée (Forster, Gruber, Roffler, Göpfert, & ZHAW, 2011, p. 48).

Trois axes principaux sont ressortis de cette discussion. Premièrement, le fait d'utiliser les nouvelles technologies pour mettre en scène les lieux a été évoqué. Deux exemples ont été donnés : utilisation d'une clé magnétique qui permettrait d'ouvrir des lieux n'étant pas accessibles en temps normal et l'utilisation de la réalité augmentée pour que les visiteurs puissent voir à quoi ressemblaient les différents monuments au Moyen Âge. Ces différentes idées ont été par la suite laissées de côté car, d'une part, mettre en place une telle offre serait très coûteux et d'autre part la réalité augmentée est déjà passablement utilisée et ne sera bientôt plus perçue comme exceptionnelle.

Deuxièmement, la création d'œuvres en verre pour mettre en avant le thème du vitrail a été discutée. Plusieurs idées sont ressorties comme la création d'un caléidoscope géant dans lequel les gens pourraient entrer, la création de plusieurs œuvres en verre par des artistes internationaux ou encore des jeux de lumière sur les différents monuments conçus par une école d'art. Ces idées n'ont pas été retenues car le but de ce travail est de mettre en valeur le thème du médiéval, mais elles ont été conservées pour un éventuel futur projet afin de redynamiser le thème du vitrail à Romont.

Troisièmement, des idées autour d'un parcours urbain ou un parcours aventure en ville sont ressorties. Le choix final s'est porté sur le parcours aventure car il n'en existe pas encore. Cela permettrait d'utiliser les différents monuments historiques, de mettre en avant le paysage alentour et d'attirer un nouveau public. En effet, le choix du public cible a également été discuté. Le parcours aventure permettrait d'attirer des familles et d'encourager les nombreuses classes qui se rendent au Pied Total pour leur course d'école à rester plus longtemps à Romont.

Le brainstorming s’est ensuite poursuivi autour de ce parcours aventure en ville. Les idées ressorties sont : faire des postes dans toute la ville près des différents monuments ; utiliser les flancs de la colline ; associer les postes à un évènement historique ; mettre les participants dans la peau d’un personnage ; utiliser le thème des écureuils, surnom des romontois.

6 Développement du produit

Un parcours aventure urbain reprend l'idée des parcours aventure dans les arbres, comme il est possible d'en trouver à Charmey ou à Aigle, mais en ville. L'idée développée ici est de créer une histoire dans laquelle les participants évoluent. Ces derniers suivent les différents postes installés autour des monuments de la vieille ville de Romont. À chaque poste se trouve un panneau qui leur explique ce qu'ils doivent faire. Il peut s'agir d'une activité physique, d'agilité, de réflexion ou d'une information pour la suite du parcours.

Pour aider au développement de ce parcours deux entretiens ont été menés. Le premier avec Frédéric Voeffrey, habitant de Romont qui pratique le Parkour et fondateur de l'école Féli-D Mouvement. Le Parkour est une méthode d'entrainement basée sur le franchissement d'obstacles où les participants utilisent l'environnement urbain et naturel qui les entoure (Féli-D Mouvement, 2016). Cet entretien a permis de récolter des idées sur ce qu'il est possible de faire avec les structures à disposition. Frédéric Voeffrey a également fait remarquer qu'il est important d'utiliser le risque plutôt que le danger, c'est-à-dire, proposer des activités où les participants ont un but à atteindre, mais qui ne comportent aucun danger. Par exemple, leur demander de traverser un mur sans tomber en utilisant les prises à disposition, en mettant des prises qui ne dépassent pas un mètre du sol. De cette manière il y a un risque à prendre, traverser le mur sans tomber, mais aucun danger en cas de chute. Le deuxième entretien a été mené auprès de Frédéric Perritaz, propriétaire du Pied Total et créateur de Charmey Aventures. Il a permis de récolter des informations sur les possibilités qu'offrent les parcs aventure standards et des idées sur ce qu'il serait possible de faire à Romont et quels seraient les endroits adéquats. Il a aussi donné des informations concrètes sur la mise en place d'un tel parcours.

6.1 Objectifs

Cette nouvelle offre est développée en vue d'atteindre différents objectifs. Premièrement, elle doit permettre à Romont et sa région de se différencier des autres destinations qui l'entourent et donc d'augmenter sa notoriété. Un parcours aventure urbain lui permettrait de proposer à ses visiteurs une offre unique en Suisse et donc de se faire connaître au niveau national.

Deuxièmement, cette activité a pour but d'utiliser et de mettre en valeur le patrimoine historique de la ville. Chaque poste se trouve sur ou autour d'un monument historique et chaque histoire inclut des informations historiques sur la ville. Le parcours aventure permet donc de faire découvrir et de mettre en avant le patrimoine médiéval et architectural.

Troisièmement, la région veut attirer un nouveau public. Cette offre est destinée principalement aux enfants et aux jeunes adultes, elle permet donc d'attirer entre autres les familles et écoles dans la région.

Pour atteindre ces différents objectifs, le développement de cette nouvelle activité n'est pas suffisant, il faut également mettre en place une stratégie marketing réfléchie et efficace qui permette de toucher le public cible désiré et de le faire venir à Romont.

6.2 Atouts et cœur du produit

Pour répondre aux différents objectifs mentionnés au chapitre 6.1 et se faire connaitre, la nouvelle offre proposée à Romont doit se différencier des autres offres touristiques existantes. Les atouts principaux d'un parcours aventure urbain sont, premièrement, qu'il n'existe pas encore de tel parcours proposant aux visiteurs des attractions en plein cœur de la ville, autour de monuments historiques. Deuxièmement qu'il s'agit d'une manière nouvelle et innovante de présenter son patrimoine historique. Ce parcours permet de faire vivre une expérience à ses participants en les plongeant dans une histoire dont l'intrigue et les sensations sont renforcées par les attractions et les décors. Par ailleurs, cette offre s'adapte autant aux adultes qu'aux enfants de différents âges, tout d'abord car elle propose un parcours enfant et un adulte, mais également car elle demande de la participation et de la réflexion. Autant les enfants que les parents sont invités à participer et à s'entraider tout au long du parcours.

L'élément principal de cette activité est de faire vivre l'histoire. La mise en situation et les différentes explications vont plonger les participants dans une autre époque. L'effet de surprise joue également un rôle important dans cette mise en situation. En effet, ils ne savent pas à l'avance ce qu'ils doivent faire et ce qui va se passer durant leur parcours. Ils l'apprennent au fur et à mesure des postes.

6.3 Public cible

La création de deux parcours, un pour les enfants et un pour les adultes, va permettre de s'adapter à plusieurs publics. Ces parcours permettent également de nombreuses variantes pour répondre aux attentes de ces derniers. Le parcours aventure dans Romont vise quatre publics cibles principaux : les familles, les jeunes adultes sportifs, les entreprises et les écoles. Le tableau ci-dessous présente les caractéristiques de ces segments.

Tableau 4 : Public cible

Public cible	Segmentation géographique	Segmentation sociodémographique	Segmentation psychographique
Familles	Canton de Fribourg, région lémanique (Genève, Morges, Lausanne, Vevey, Montreux), région de Neuchâtel et région de Berne	Parents avec des enfants entre 5 et 16 ans	À la recherche d'activités ludiques en plein air et/ou culturelles À la recherche d'idées pour organiser des anniversaires pour leurs enfants
Jeunes adultes	Canton de Fribourg et cantons frontaliers	18 à 35 ans	À la recherche de parcours sportifs et de sensations fortes
Entreprises	Canton de Fribourg et cantons frontaliers	-	À la recherche d'idées originales pour leurs sorties d'entreprise
Écoles	Canton de Fribourg	Enfants entre 8 et 16 ans	À la recherchent d'activités ludiques et en plein air pour leurs courses d'école

Source : Données de l'auteure

Le parcours aventure à Romont est une activité adaptée aux enfants et aux jeunes, mais qui peut également plaire aux adultes. Les choix des familles est fait en référence au chapitre 3.2. Il a aussi été décidé de viser les jeunes adultes à la recherche de sensations fortes voulant faire une sortie entre amis. Le parcours adulte demande un minimum de condition physique et offre une activité ludique qui peut rappeler un jeu vidéo géant, il peut donc parfaitement répondre aux attentes de ce public. Les entreprises peuvent également être intéressées par le parcours adulte pour leurs sorties d'entreprise ou des journées team building. Pour finir,

de nombreuses écoles viennent en course d'école au Pied Total près de Romont. Ce nouveau parcours, qui se veut ludique, leur offrirait une activité complémentaire et les ferait rester dans la région.

6.4 Partenariats

L'Office du Tourisme de Romont et sa région a déjà noué de nombreux partenariats au cours des années. Certains d'entre eux peuvent être utilisés pour cette nouvelle offre et d'autres doivent être développés. Pour commencer, ce parcours aventure urbain va participer au développement touristique et économique de la ville. Pour être mis en place, de nombreuses structures doivent être posées sur des terrains et des bâtiments appartenant à la Commune de Romont. Il est donc important d'intégrer la Commune de Romont dans son développement et sa mise en activité. Ce parcours n'est pas uniquement une attraction destinée aux touristes, mais également à la population locale, principalement aux familles qui pourront bénéficier de nouvelles structures de jeux permanentes.

Des partenariats doivent être développés avec les propriétaires des biens et terrains n'appartenant pas à la Commune de Romont. En particulier avec la Préfecture de Romont, propriétaire du château et avec le Vitromusée occupant le château. Le parcours peut augmenter la visibilité et la notoriété du château de Romont et donc être bénéfique pour le Vitromusée et la Préfecture. Il est néanmoins nécessaire de s'assurer qu'il n'y ait aucun impact négatif sur l'exploitation du Vitromusée, mais que les deux activités soient complémentaires.

Des partenariats, déjà existants, avec certains restaurants et boulangeries de la ville peuvent être renforcés. En effet, à la fin du parcours, les participants reçoivent une récompense. Pour intégrer les restaurants et boulangeries de la ville, cette récompense peut être sous forme de bon pour une boisson dans un restaurant ou pour une viennoiserie dans une boulangerie. Un tel prix serait très apprécié des enfants et inviterait les visiteurs à entrer dans ces établissements et à consommer. Des partenariats pour des buffets, apéritifs ou goûters peuvent aussi être développés, pour proposer aux participants des forfaits anniversaire, sorties de groupe ou d'entreprise. Une fois l'activité terminée, les groupes se retrouveraient autour d'un apéritif.

D'autres forfaits peuvent être mis en place en collaboration avec d'autres prestataires touristiques, comme le Pied Total, le Vitromusée ou encore le Musée du Papier peint, qui

proposent des activités enfants. De tels forfaits sont principalement attractifs pour les écoles et les familles et permettent de proposer une offre variée sur un petit territoire. Ces prestataires bénéficieraient de la promotion faite pour le parcours aventure urbain et l'office du tourisme bénéficierait de leur notoriété déjà existante auprès des écoles et des familles.

Pour finir, un nouveau partenariat peut être créé avec l'entreprise Une-Bonne-Idée.ch. Cette entreprise fribourgeoise est spécialisée dans les activités de team building, les sorties et les évènements d'entreprise. Déjà bien connue, elle peut favoriser le développement des sorties d'entreprise à Romont. Le parcours aventure urbain peut lui apporter une activité nouvelle à proposer à ses clients.

6.5 Mise en place et contraintes

Pour mettre en place un parcours aventure urbain utilisant différents monuments historiques de la ville, il faut tenir compte de plusieurs contraintes. Pour commencer, le parcours se trouvant dans différents endroits de la vieille ville, il est important de déterminer à qui les lieux choisis appartiennent. La majorité se trouve en possession de la Commune, mais une fois chaque poste défini avec précision, il est nécessaire de vérifier s'il s'agit d'un terrain communal, et si ce n'est pas le cas, de prendre contact avec le propriétaire et de déterminer dans quelle mesure il serait possible d'utiliser son terrain.

Deuxièmement, les monuments historiques ainsi que la vue autour de la colline de Romont sont protégés. Toute utilisation, construction ou modification apportée à de tels bâtiments ou ayant un impact sur la vue depuis les remparts doit être approuvée par la Commune de Romont et le Service des biens culturels de l'Etat de Fribourg. Pour ce travail, un contact a été pris avec Nicolas Chenut et Gilles Bourgarel, répondants pour toutes les demandes concernant la ville de Romont. Ces derniers ont précisé que le Service des biens culturels de l'Etat de Fribourg n'est pas fermé à un projet de mise en valeur du patrimoine historique qui génèrerait du tourisme. Il est néanmoins nécessaire que les infrastructures mises en place ne soient pas permanentes et ne portent pas atteinte aux bâtiments et à la vision qu'on en a. Une fois le parcours défini et des plans précis réalisés, un projet doit être mis à l'enquête auprès de la Commune et du Service des biens culturels.

Troisièmement, la sécurité est un point important à prendre en compte. Les normes de sécurité en Suisse sont très restrictives. La mise à disposition d'attractions telles que des

tyroliennes ou des powerfans (c.f. chapitre 7.2.10) demande la présence de personnel sur place pour gérer le flux des visiteurs et contrôler qu'ils soient bien équipés et attachés. Il est également important que des panneaux soient placés devant chaque poste pour indiquer aux visiteurs qu'il est formellement interdit d'utiliser ces infrastructures sans le matériel de sécurité adéquat.

Les normes de sécurité risquent d'être une des contraintes principales de la mise en place d'un parcours aventure urbain. Le bpa, centre suisse de compétences pour la prévention des accidents donne des informations sur la construction et les normes de sécurité à appliquer pour les places de jeux. Concernant les parcours aventure en hauteur, la norme AFNOR (NF EN 15567-1 et NF EN 15567-2) est en vigueur en Suisse.

Le produit proposé au chapitre 7 tient compte de ces différentes contraintes au niveau du choix des lieux, des activités qui y sont proposées et des infrastructures choisies. Un parcours composé uniquement de grosses infrastructures et d'activités nécessitant beaucoup de matériel de sécurité serait difficilement réalisable. Il a donc été décidé de développer un parcours où les participants suivent une histoire et ont un but à atteindre, en utilisant le risque plutôt que le danger.

7 Le produit - esquisse de l'offre

Le parcours aventure urbain à Romont est composé de deux parcours, un pour les enfants (dès 5 ans) et un pour les adultes (dès 16 ans). À chacun des parcours est attribuée une couleur pour les distinguer. Le point de départ se trouve à l'office du tourisme où les visiteurs reçoivent les instructions de base et prennent connaissance de la situation de départ et le lieu du premier poste. Ils sont ensuite plongés dans une histoire qui les fait se déplacer de poste en poste jusqu'à atteindre le point d'arrivée. Les participants vont, de ce fait, passer devant la majorité des monuments historiques de Romont et faire le tour de la vieille ville.

Ces deux parcours sont un mélange de parcours aventure, de via ferrata, de chasse au trésor et de jeu vidéo grandeur nature. Les participants se retrouvent dans la peau d'un personnage et doivent suivre son histoire. Ils n'ont à disposition qu'une carte de la ville qui n'indique pas les différents postes. Chaque poste les informe du lieu où se trouve le suivant, et les participants s'y rendent à l'aide de leur carte. Les informations sont données en français, allemand et anglais. À chaque poste une activité associée à l'histoire que les participants sont en train de vivre est proposée. Il peut s'agir d'une activité physique, d'agilité, de réflexion ou simplement d'une information utile pour la suite du parcours. À la fin des parcours, les participants ont la possibilité de passer à l'office du tourisme pour recevoir une récompense.

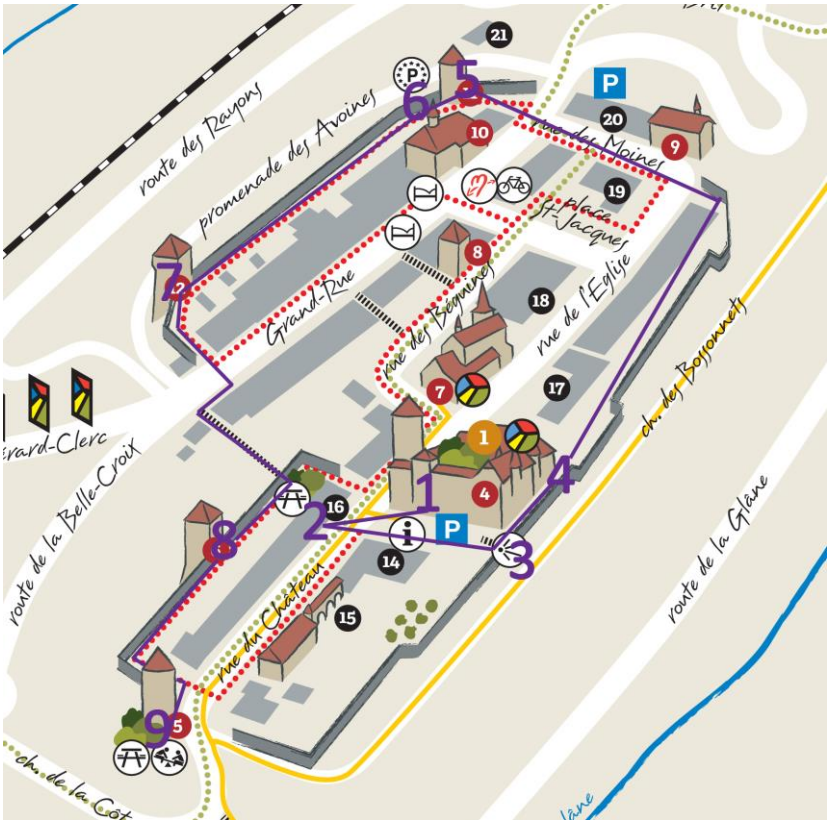
Les parcours ont été présentés à Frédéric Perritaz pour en contrôler leur faisabilité. Les idées trouvées pour chaque poste ont été discutées avec ce dernier, ce qui a permis de proposer ci-dessous des parcours réalisables, de trouver des alternatives pour réduire les coûts des installations à certains postes et de tester l'attractivité de cette offre auprès d'un professionnel du domaine des parcours aventure.

7.1 Parcours enfants

Le parcours enfant propose aux enfants de se mettre dans la peau d'un chevalier venant acheter un cheval à Romont. Ils vont, au cours de l'histoire, partir à la recherche du trésor des Comtes de Savoie. Ce parcours peut être fait de manière libre durant toute l'année et ne demande pas de matériel particulier. Les postes sont accessibles à tous et le parcours n'est pas payant. Le plan du parcours ainsi que les explications de départ sont disponibles à l'office du tourisme mais aussi sur le site internet de Romont et sa région. Il est donc possible de le faire uniquement avec un smartphone. Cela permet aux participants de ne pas être obligés de

passer à l'office du tourisme et donc de pouvoir faire le parcours même si l'office n'est pas ouvert. Pour que les participants soient encore plus plongés dans l'histoire, il est aussi envisageable de mettre des déguisements de chevaliers à leur disposition à l'office du tourisme. Les différents postes ainsi que le parcours sont visibles sur le plan de la vieille ville présenté ci-dessous.

Figure 5 : Parcours enfant



Source : Romont et sa région (2016)

Ce parcours peut être une activité intéressante pour les écoles et les anniversaires. L'office du tourisme peut organiser des parcours accompagnés d'un animateur qui se terminent par un goûter au dernier poste (la place de jeux de la Tour à Boyer) ou dans la cour du château.

7.1.1 Poste 1 : Le marché

Ce premier poste se trouve à l'intérieur de la cour du château. Les participants y apprennent qu'ils sont des chevaliers devant s'acheter un nouveau cheval. La ville de Romont

a été dès sa construction par Pierre de Savoie au XIIIème siècle une ville-marché et il n'y a pas de meilleur endroit dans toute la région pour trouver du bétail de bonne qualité.

Ce poste contient des panneaux informatifs sur ce qui était vendu au marché au Moyen Âge (nourriture, bétail, forge, verre, poterie, apothicaire, etc.). Chaque panneau représente un stand. Les participants ont à disposition dix pièces d'argent fictives. Ils doivent s'acheter un cheval et peuvent utiliser l'argent qu'il leur reste pour s'acheter ce qu'ils veulent d'autre. Au stand de l'apothicaire, ils ont la possibilité d'acheter une potion magique d'invisibilité qui leur sera utile pour la suite. Après leur marché, ils sont envoyés à la taverne (poste 2) pour dépenser leurs dernières pièces.

Pour éviter tout dérangement auprès du Vitromusée, ce poste ne contient ni de grosses infrastructures, ni d'activité qui demande beaucoup de mouvement de la part des enfants. Pour rappeler le vitrail, un panneau contient des informations sur le métier du verre au Moyen Âge.

7.1.2 Poste 2 : La taverne

Ce poste se trouve devant le Restaurant Au Suisse. Pendant que les participants boivent quelque chose, ils surprennent une conversation. Deux hommes parlent à voix basse, un des deux explique que, comme prévu, il vient de voler le trésor des Comtes de Savoie et qu'il l'a caché près d'une des tours de la ville. Il dit à son compagnon que pour le retrouver il a caché un indice visible depuis les remparts et qu'il devra ensuite aller chercher le code du coffre caché dans la Tour de Fribourg.

Ce poste ne demande pas de structure particulière, à part un panneau, mais il participe à la mise en situation des participants.

7.1.3 Poste 3 : Les remparts

Les participants doivent trouver le nom de la tour près de laquelle est caché le trésor. Pour cela, ils doivent trouver des lettres éparpillées dans le paysage, les remettre dans l'ordre pour former le mot « Boyer » (Tour à Boyer). Il leur faut ensuite continuer leur chemin le long des remparts jusqu'à la Tour de Fribourg, mais sans se faire repérer. Quelques informations

générales sont données sur le rôle des remparts au Moyen Âge et sur les différentes tours qui s'y trouvent.

Ce poste nécessite la mise en place de panneaux, visibles de loin, contenant les lettres B-O-Y-E-R. Ces panneaux peuvent être posés sur les poteaux électriques ou les fermes se trouvant en face des remparts est. Il est donc nécessaire de contacter la Commune de Romont ou les propriétaires des fermes en question.

7.1.4 Poste 4 : Les gardes arrivent

À ce poste, les participants entendent les gardes arriver. Ils doivent vite descendre les escaliers qui se trouvent devant le château et se cacher. Un panneau en bas des escaliers leur indique qu'ils doivent compter jusqu'à dix avant de pouvoir remonter, pour cela ils peuvent utiliser le mur de grimpe se trouvant à côté des escaliers.

Le mur plat à côté des escaliers (c.f. figure 6) offre une base idéale pour y placer des prises de grimpe. Il se trouve à niveau des escaliers et évite donc tout risque de chute grave pour les enfants.

Figure 6 : Poste 4

Source : Photographie de l'auteure

7.1.5 Poste 5 : La Tour de Fribourg

Les participants arrivent à la Tour de Fribourg et reçoivent quelques informations sur l'utilité des tours au Moyen Âge. Pour trouver le code du coffre, ils doivent répondre à des questions : combien y a-t-il de poutres au plafond du premier étage ? (5) ; combien y a-t-il de marches pour monter au deuxième étage ? (15) ; combien y a-t-il de fenêtres au deuxième étage (5). Le code est donc 5155.

La Tour de Fribourg est mise à disposition de l'Office du Tourisme de Romont et sa région par la Commune de Romont. Elle contient généralement des expositions, l'intérieur est donc accessible et sécurisé. Il a été décidé de ne plus y faire d'expositions dès l'année 2017. L'utiliser pour ce parcours permettrait de la mettre en valeur et de l'ouvrir au public de manière permanente, sans enlever totalement la possibilité d'y organiser d'autres évènements.

7.1.6 Poste 6 : Les gardes arrivent

Une fois de plus, les gardes font leur ronde sur les remparts. Cette fois, les participants ont le choix entre utiliser leur potion d'invisibilité, s'ils l'ont achetée au début du parcours, ou se faire attraper et devoir rester 5 minutes dans la Tour de Fribourg. S'ils prennent leur potion magique, pour éviter que les gardes ne voient leurs traces de pas, ils doivent se déplacer sur la slackline se trouvant en face de la Tour de Fribourg, sans poser les pieds par terre.

La slackline est accrochée sur deux grosses vis plantées dans le sol, à une hauteur qui ne dépasse pas 30 centimètres. Elle est installée à côté d'un mur qui permet aux enfants de se tenir si besoin (c.f. figure 7). Ce poste utilise la notion de risque (ne pas tomber) et non de danger, car à une telle hauteur les participants ne peuvent pas se blesser. Cette installation ne touche et n'endommage aucune construction historique.

Figure 7 : Poste 6

Source : Photographie de l'auteure

7.1.7 Poste 7 : La Tour de Billens

Ce poste est composé d'un simple panneau qui indique la direction des escaliers de la Massin. Les participants doivent suivre cette direction et trouver les escaliers qui mènent à la Tour du Sauvage. Les escaliers en question se composent de 142 marches, ils font donc partie des épreuves à passer.

7.1.8 Poste 8 : La Tour du Sauvage

Ce poste donne quelques informations sur les portes de Marsens, Mézières et Fribourg qui se situaient aux trois entrées de la ville (l'emplacement de la porte de Marsens est visible depuis la Tour du Sauvage). Les enfants apprennent ensuite qu'une troupe de chevaliers sont en train d'arriver, ils doivent donc continuer leur chemin le long des remparts sans se faire voir, en se baissant ou à quatre pattes.

7.1.9 Poste 9 : La Tour à Boyer

Les participants arrivent à la Tour à Boyer. Ils doivent suivre un parcours d'obstacle qui les emmène jusqu'au coffre au trésor. Ils doivent ensuite inscrire le code qu'ils ont trouvé précédemment. À l'intérieur du coffre, un texte les félicite d'avoir retrouvé le trésor des Comtes de Savoie et qu'en récompense ils peuvent prendre une des pièces qui s'y trouve et l'apporter à l'office du tourisme. Contre cette pièce, les enfants reçoivent un bon pour une boisson dans un des restaurants de la ville ou pour une viennoiserie dans une des boulangeries. Si l'office du tourisme est fermé, ils peuvent déposer leur pièce dans la boîte aux lettres et recevoir leur récompense par la poste.

Ce dernier poste est le plus important du parcours enfant et demande de grosses infrastructures. La Tour à Boyer étant entourée par une place de jeux publique (c.f. figure 8 et 9), il est facile de construire à cet endroit un parcours d'obstacle. Ce dernier est permanent et peut donc être utilisé par tous les utilisateurs de la place de jeux. Il peut être imaginé de construire une petite tour en face de la Tour à Boyer, dans laquelle les enfants doivent entrer et peuvent ressortir par un grand toboggan qui les mènerait au coffre au trésor.

Étant complémentaire à ce qu'offre actuellement la place de jeux, ce parcours lui apporterait de la valeur ajoutée. C'est pourquoi la mise en place et le financement de ces infrastructures peuvent être faits en collaboration avec la Commune de Romont.

Figure 8 : Place de jeux de la Tour à Boyer 1

Source : Photographie de l'auteure

Figure 9 : Place de jeux de la Tour à Boyer 2

Source : Photographie de l'auteure

7.2 Parcours adulte

Le parcours adulte invite les participants à se mettre dans la peau d'une personne venue chercher des provisions au marché de Romont avec un de ses amis. Ces derniers vont être accusés de vol et poursuivis par la garde. L'ami qui accompagne les participants va se faire attraper. Il va donc falloir trouver où il est enfermé et le délivrer.

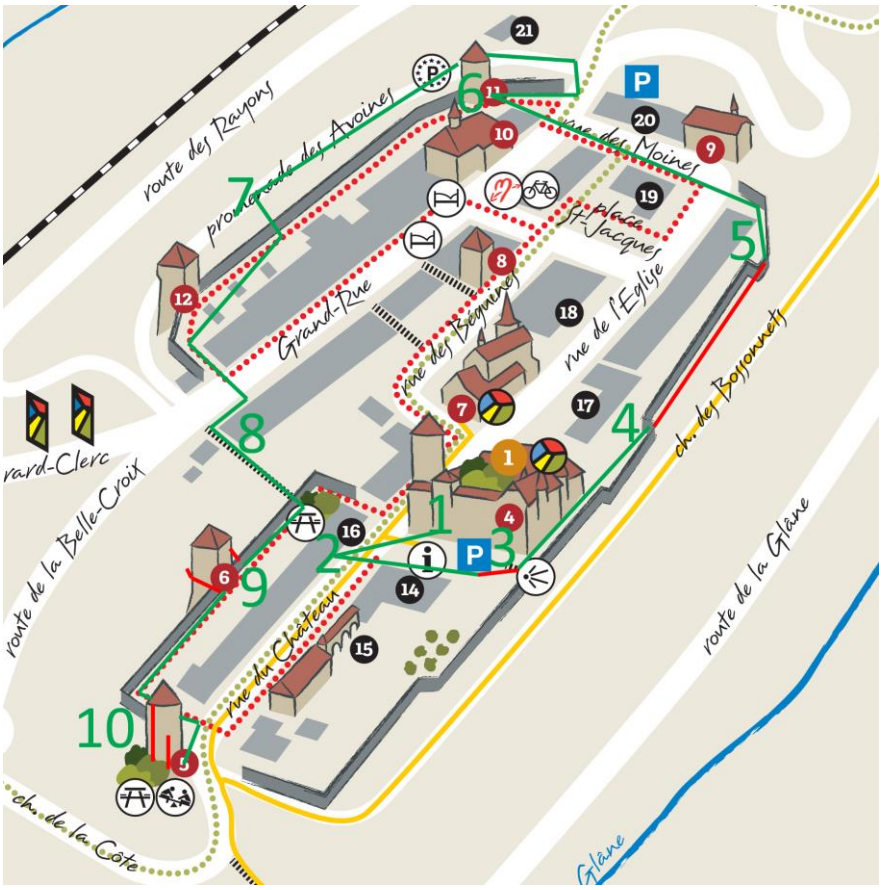
Certains postes de ce parcours demandent du matériel de sécurité et la présence de personnel. Il est donc ouvert au public durant une période spécifique, uniquement pendant les heures d'ouverture et est payant. L'accès aux postes pouvant être dangereux sans matériel adéquat est fermé en dehors des heures d'ouverture. La première année, le parcours est ouvert durant les mois de juin, juillet et août, une période estivale idéale pour cette activité extérieure. Cette période permet également d'attirer les courses d'école qui se tiennent généralement au mois de juin, ainsi que de proposer une activité aux familles durant les vacances scolaires estivales. En fonction de la demande, il est possible d'envisager d'ouvrir le parcours sur une plus longue période. En dehors de la période d'ouverture, les installations sont retirées pour ne pas gêner la vue sur les monuments. C'est pourquoi il est important que les infrastructures soient facilement déplaçables.

Certains postes demandent la présence de personnel et il est nécessaire que l'office du tourisme, ou une structure extérieure à l'office, soit ouvert durant les week-ends pour accueillir, informer et équiper les participants et pour être présent en cas de problème. Pour cela, des étudiants, qui pratiquent et connaissent le domaine de la grimpe ou d'un autre sport de ce type, peuvent être engagés. Ces derniers doivent être formés sur le matériel, les questions de sécurité et les différents postes du parcours.

Pour assurer une offre de qualité et renforcer la sécurité, un planning des départs est mis en place et les participants ont la possibilité de s'inscrire à l'avance. Les réservations peuvent se faire par téléphone ou par mail auprès de l'office du tourisme. Il peut aussi être envisagé, par la suite, de développer une plateforme de réservation sur le site internet de l'office du tourisme. Le parcours peut se faire en groupe ou de manière individuelle et les départs ont lieu toutes les 15 minutes. Les groupes de plus de cinq personnes doivent réserver deux créneaux horaires pour éviter que les participants ne se rattrapent et doivent attendre à certains postes.

La figure 10 présente le plan de la vieille ville sur lequel il est possible de voir le parcours adulte et le lieu des différents postes. Les traits rouges représentent les principales structures à installer. À chaque poste se trouve un panneau donnant des explications sur le déroulement de l'histoire et ce que les participants doivent faire.

Figure 10 : Parcours adulte



Source : Romont et sa région (2016)

7.2.1 Poste 1 : La construction du château

Après avoir été équipés de harnais et de casques et informés sur les différentes normes de sécurité du parcours, les participants se rendent à l'intérieur de la cour du château. Ils apprennent à ce moment qu'ils sont en 1245, que la ville de Romont est dirigée par la Maison de Savoie qui a fait construire le château il y a six ans. La ville de Romont est une ville-marché réputée pour la qualité de son bétail. Habitants de la campagne alentour, ils sont venus à Romont avec un ami pour acheter des provisions pour les prochains mois. Les participants ont la possibilité de se promener dans le marché et sont invités à se rendre ensuite à la taverne.

Ce premier poste sert de mise en contexte et permet aux participants d'entrer et de visiter la cour du château. Il ne demande pas d'infrastructures particulières. Les panneaux explicatifs mis en place pour le parcours enfant (c.f. chapitre 7.1.1) peuvent être réutilisés ici.

7.2.2 Poste 2 : La taverne

Le deuxième poste se trouve devant le restaurant Au Suisse. Il est composé uniquement d'un panneau qui explique aux participants qu'après avoir commandé à manger, ils voient deux gardes entrer dans la taverne accompagnés d'un homme. Ce dernier les accuse d'avoir volé de la marchandise à son stand. Les gardes se mettent à leur poursuite. Les participants doivent fuir le plus vite possible en direction des remparts jusqu'au poste suivant.

7.2.3 Poste 3 : La fuite

Pour fuir, les participants doivent passer à travers un filet qui les conduit du parking de la place de l'Hôtel-de-Ville aux remparts (c.f. figure 11). Ils continuent ensuite leur course le long des remparts sans s'arrêter.

Ce poste demande de l'agilité de la part des participants. La difficulté est que le filet est en pente et qu'ils se retrouvent au-dessus du sol et doivent se diriger dans le sens de la descente. Le filet en corde est accroché en forme de U ce qui empêche tout risque de chute. Il n'est donc pas nécessaire que les gens soient attachés. Des flèches indiquent la direction dans laquelle ils doivent se diriger, ce qui permet de ne pas mettre de panneaux explicatifs. Les participants ne doivent donc pas s'arrêter, ce qui permet de renforcer leur sentiment de fuite.

Figure 11 : Poste 3

Source : Photographie de l'auteure

7.2.4 Poste 4 : échapper aux gardes

Arrivés au quatrième poste, les participants apprennent que le seul moyen de fuir les gardes est d'utiliser la corde qui relie une partie des remparts à une autre. Ils doivent donc prendre la tyrolienne qui s'y trouve, représentée sur la figure 10 par le trait rouge qui relie le point quatre au point cinq.

La forme des remparts entre les postes quatre et cinq offre l'endroit idéal pour installer une tyrolienne (c.f. figure 12 et 13). Les participants se balancent à plusieurs mètres du sol et ont une vue sur la campagne alentour. Ce poste demande de grosses infrastructures et la présence de personnel pour attacher et détacher les participants au poste quatre et cinq.

Figure 12 : Départ de la tyrolienne

Source : Photographie de l'auteure

Figure 13 : Arrivée de la tyrolienne

Source : Photographie de l'auteure

7.2.5 Poste 5 : A la recherche de son compagnon

Au bout de la tyrolienne un panneau attend les participants. Ils apprennent que leur ami n'a pas réussi à les suivre et qu'il s'est fait attraper par les gardes. Ils décident alors d'aller le délivrer. Ne connaissant pas encore bien la ville, ils ne savent pas où les prisonniers sont enfermés, mais ils ont entendu dire que les gardes entreposaient les clés des cellules dans la Tour de Fribourg. Ils doivent donc s'y rendre le plus vite possible sans se faire repérer.

7.2.6 Poste 6 : La Tour de Fribourg

Plusieurs clés sont cachées à l'intérieur de la Tour de Fribourg. Les participants doivent retrouver celle sur laquelle est marqué le mot « Donjon » et relever le numéro qui y est inscrit. Ensuite, ils doivent retourner en direction du château. Cependant, des gardes faisant leur ronde arrivent. Il faut donc passer sous les remparts le long de la Promenade des Avoines.

Comme vu au chapitre 7.1.5, la Tour de Fribourg est utilisable pour le parcours. Ce poste ne demande pas beaucoup de matériel, il faut uniquement cacher des clés dans la tour.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

7.2.7 Poste 7 : Les remparts

Les participants suivent la Promenade des Avoines jusqu'au septième poste. Un panneau les informe que la ville est accessible par trois entrées principales : les portes de Marsens, Mézières et Fribourg. Cependant, ces portes sont surveillées. Il leur faut trouver un moyen de retourner dans la ville sans se faire repérer et se diriger vers le château en suivant les remparts. Un peu plus loin, les participants trouvent une corde qui les aide à monter le long de la pente qui mène au pied des remparts. Ils empruntent ensuite les escaliers qui traversent les remparts (c.f. figure 14). Après être retournés dans la ville, les participants doivent se diriger en direction du château en suivant les flèches.

Figure 14 : Poste 7

Source : Photographie de l'auteure

Ce poste demande peu de matériel et n'a presque pas d'impact sur la vue qu'ont les visiteurs sur les remparts. Le passage permettant de traverser les remparts est actuellement fermé, il est donc nécessaire de demander à la Commune de Romont l'autorisation de l'ouvrir.

7.2.8 Poste 8 : L'énigme

Le huitième poste se trouve en bas des escaliers de la Massin. Un panneau informe les participants qu'ils se trouvent devant un mendiant. Contre quelques pièces il leur dit où se trouve le Petit Donjon qui sert de prison. Cette information leur est donnée sous forme d'énigme dont la réponse est la Tour à Boyer.

Ce poste se compose uniquement d'un panneau. Il ne demande pas d'efforts physiques mais teste la capacité de réflexion des participants. Le bas des escaliers de la Massin offre un cadre idéal pour renforcer l'ambiance de fuite dans laquelle les gens sont plongés (c.f. figure 15).

Figure 15 : Poste 8

Source : Photographie de l'auteure

7.2.9 Poste 9 : La Tour du Sauvage

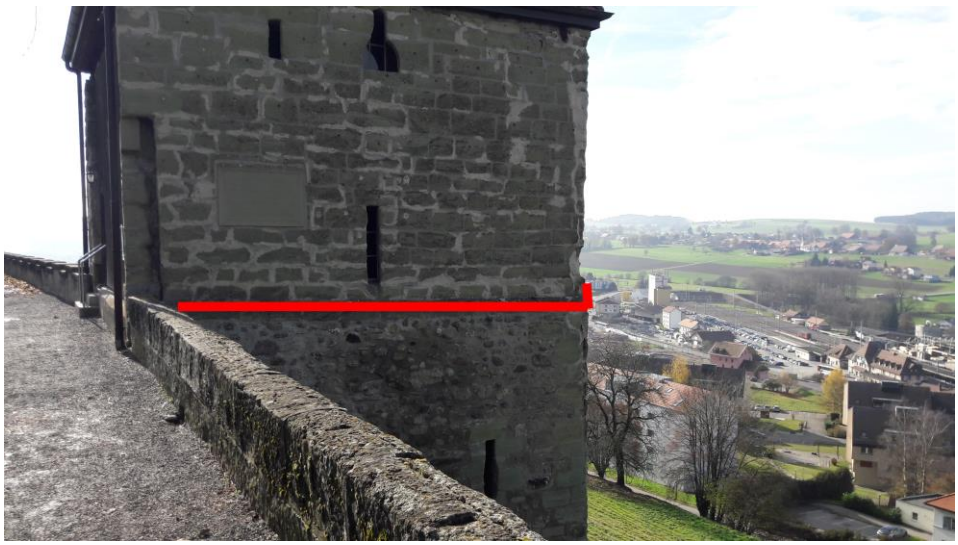
Les participants arrivent à la Tour du Sauvage. À cet endroit ils entendent des gardes arriver, il leur faut donc se cacher en escaladant la tour. Une plateforme est installée tout autour de la tour. Ils doivent la traverser pour éviter les gardes. Ils peuvent ensuite continuer leur chemin jusqu'à la Tour à Boyer.

À ce poste, une structure, représentée en rouge sur la figure 16, doit être installée autour de la Tour du Sauvage avec une corde de sécurité qui permet d'accrocher des mousquetons et de se tenir. Il n'est pas nécessaire qu'une personne soit présente pour attacher les participants car il existe un système composé de deux mousquetons où il est impossible de détacher les deux en même temps jusqu'à la fin du parcours. Les participants s'accrochent eux-mêmes à la corde de sécurité en bas du mur et se détachent une fois qu'ils sont de retour sur le sol.

Pour limiter les coûts et l'installation de grosses infrastructures, il est envisageable de demander à une entreprise de construction d'installer des échafaudages autour de la tour, sous forme de sponsoring. Ces derniers sont facilement mis en place et enlevés. Pour ne pas dénaturer la tour, il est nécessaire de réfléchir avec l'entreprise partenaire de comment rendre les échafaudages le plus discret possible. Par exemple, mettre une bâche sur les

échafaudages sur laquelle la partie de la tour cachée serait représentée ou peindre les échafaudages d'une couleur qui se rapproche de celle de la tour.

Figure 16 : Poste 9



Source : Photographie de l'auteure

7.2.10 Poste 10 : La Tour à Boyer

À l'intérieur de la Tour à Boyer, les participants retrouvent leur ami qu'ils peuvent délivrer s'ils ont le bon numéro de clé (c.f. chapitre 7.2.6). Pour s'échapper, ils doivent ensuite monter au deuxième étage où une porte donnant sur le vide les attend. Ils doivent alors redescendre en sautant, accrochés à un powerfan. Au pied de la tour, un panneau les félicite d'avoir réussi à délivrer leur ami et les invite à aller chercher leur récompense à l'office du tourisme.

Figure 17 : Poste 10

Source : Photographie de l'auteure

L'intérieur de la Tour à Boyer doit être utilisé pour ce poste. Normalement fermée au public, une demande doit être faite auprès de la Commune pour utiliser l'intérieur de la tour. Un membre du personnel attend les participants pour les attacher

au powerfan. Un powerfan est un engin qui permet d'effectuer un saut vertical dans le vide avec un ralentissement progressif. Une des portes en hauteur de la Tour à Boyer (c.f. figure 17) offre un lieu idéal pour le saut final. Pour plus de variété, il est envisageable d'installer un deuxième powerfan au sommet de la tour, à l'une des fenêtres. Cela permettrait aux participants de choisir s'ils veulent faire le grand ou le petit saut. Dans ce cas, il faut tout d'abord s'assurer que le dernier étage de la tour est toujours accessible et que les fenêtres du haut sont assez grandes pour laisser passer des gens.

Comme pour le parcours enfant, ce parcours peut se terminer sur un apéritif ou un goûter. Il peut être fait avec un accompagnateur pour les groupes. Le parcours adulte demande de la force physique, de la réflexion et du dépassement de soi et peut être fait en groupe, il peut donc être une activité intéressante pour les sorties team building des entreprises.

8 Coûts et financement

8.1 Coûts de départ

Le tableau ci-dessous présente les frais de départ de ce projet. Il s'agit principalement d'une estimation faite avec l'aide de Frédéric Perritaz. Cette dernière devra, par la suite, être précisée par un professionnel de la construction de parcs aventure. Les frais de rédaction, de traduction et de mise en place des panneaux ont été estimés sur la base des coûts de rédaction des textes de la brochure historique et le budget de la Commune de Romont pour la mise en place de nouvelles plaques informatives devant les bâtiments historiques de la ville.

Tableau 5 : Frais de départ

PARCOURS ENFANT	
Infrastructures	45'000 CHF
Rédaction des panneaux et traductions en anglais et allemand	6'000 CHF
Création et mise en place des panneaux (permanents)	8'000 CHF
Sous-total	**59'000 CHF**
PARCOURS ADULTE	
Infrastructures	45'000 CHF
Rédaction des panneaux et traduction en anglais et allemand	7'000 CHF
Création et mise en place des panneaux (non permanent)	4'000 CHF
Matériel de sécurité pour 30 personnes (harnais, mousquetons, casques)	5'000 CHF
Sous-total	**61'000 CHF**
FRAIS COMMUNS	
Frais de mise à l'enquête et autorisations	3'000 CHF
TOTAL	**123'000 CHF**

Source : Données de l'auteure

Les infrastructures des deux parcours ont été estimées à CHF 45'000.- pour des raisons différentes. La majorité des postes du parcours enfants ne demandent pas de grosses infrastructures et donc des coûts restreints. Cependant, le dernier poste est le plus coûteux. Un parcours d'obstacle sous forme de place de jeux demande beaucoup d'infrastructures et doit respecter des normes de sécurité strictes (c.f. chapitre 6.5).

Le parcours adulte contient deux grandes attractions, la tyrolienne et le saut en powerfan qui ont été estimées à environ CHF 15'000.- chacune et deux moyennes attractions, la traversée du filet en corde et l'escalade de la Tour du Sauvage (c.f. chapitre 7.2) qui elles ont été estimées entre CHF 5'000.- et 10'000.- chacune. Les coûts du poste 9 *La Tour du Sauvage*, peuvent varier en fonction du partenariat avec une entreprise de construction (c.f. chapitre 7.2.9). Les autres postes ne demandent pas d'infrastructures importantes et ne représentent donc qu'une petite partie des coûts.

8.2 Frais annuels

Les frais annuels doivent également être pris en compte. Ces estimations ne comprennent pas les frais de promotion, d'information et d'organisation qui s'ajouteront aux montants indiqués ci-dessous.

Pour commencer, le parcours enfant doit être contrôlé une fois par année pour s'assurer que les infrastructures sont en bon état et que les participants bénéficient d'une offre de qualité et n'ont aucun risque de se blesser. Ce contrôle est estimé à CHF 500.- et le remplacement de matériel à CHF 250.- par année.

Les frais annuels du parcours adulte sont plus élevés, premièrement car les infrastructures sont plus importantes et demandent donc plus de contrôle, deuxièmement car les infrastructures sont mises à disposition du public uniquement pendant une période spécifique et troisièmement car ce parcours demande la présence de personnel durant les heures d'ouverture. Les frais de mise en place, contrôle, démontage et matériel à remplacer sont estimés à CHF 3'000.-. Les frais de personnel varient en fonction des horaires d'ouverture choisis et du nombre de personnes présentes nécessaires.

8.3 Financement

Le financement de ce projet peut être fait à l'aide de différents acteurs présentés ci-dessous. Il peut être fait sous forme de participation financière, d'aide à l'acquisition d'un prêt ou de sponsoring. Plusieurs possibilités pouvant être complémentaires sont présentées dans ce chapitre. Il est possible de n'en choisir qu'une ou plusieurs.

8.3.1 Commune de Romont

Le financement peut provenir en partie de la Commune de Romont. Celle-ci participe à certains projets touristiques sous forme de soutien financier ou en se portant garante lors de prêts financiers. Le parcours aventure urbain est un atout pour la Commune de Romont. D'une part, au niveau touristique, il permettrait d'augmenter la notoriété de la ville et son nombre de visiteurs et donc de favoriser l'économie locale. D'autre part, le parcours enfant offrirait une nouvelle activité et de nouvelles infrastructures de loisirs pour la population locale, notamment grâce aux améliorations apportées à la place de jeux de la Tour à Boyer.

8.3.2 Nouvelle politique régionale

La Nouvelle politique régionale (NPR) peut participer au financement du projet. Une discussion avec Joëlle Nicolet, coordinatrice Innoreg Fribourg a permis de récolter des informations sur le soutien NPR. La NPR est un programme de promotion économique de la confédération et des cantons dans le but d'améliorer la compétitivité des destinations à travers des projets. Trois domaines sont concernés : l'innovation business, l'innovation territoriale et l'innovation touristique. Le soutien NPR peut être sous forme d'aides à fonds perdu ou de prêt à zéro pourcent. Il a pour but de donner l'impulsion à des projets qui doivent être viables à terme, sans nouvel apport de fonds NPR.

Pour bénéficier de ce soutien, les projets proposés doivent répondre à certains critères tels que créer de la valeur ajoutée, réduire les disparités régionales, renforcer la capacité d'innovation, encourager l'esprit d'entreprise, promouvoir la coopération entre différents acteurs privés et publics et à terme maintenir ou créer des emplois. Le parcours aventure urbain à Romont répond à ces critères. Il s'agit d'un projet innovant qui apporterait de la valeur ajoutée à une petite destination touristique. Ce dernier demande la collaboration de

différents acteurs, tels que l'office du tourisme, la Commune, les restaurants et boulangeries de la ville et d'autres entreprises touristiques.

8.3.3 Fonds d'équipement touristique

La plus grande partie du budget pour la création d'un parcours aventure urbain est destinée à l'achat et la mise en place d'installations. Une aide financière peut donc être demandée au Fonds d'équipement touristique du canton de Fribourg. Ce dernier « sert au financement de projets touristiques sur le territoire des pôles touristiques cantonaux et régionaux » (Union Fribourgeoise du Tourisme, 2016b). Le Fonds d'équipement touristique propose deux types d'aide. Ce projet peut être financé en partie par une aide ordinaire, accordée entre autres pour la mise en place de nouveaux équipements touristiques, qui prend en charge une partie des intérêts sur les prêts de fonds étrangers.

8.3.4 Sponsoring

Le sponsoring est également une possibilité pour financer cette nouvelle offre. Pour cela, une collaboration avec la Jeune Chambre Internationale de la Glâne est envisageable. Celle-ci participe entre autres à l'élaboration de projets touchant le district de la Glâne. Pour cela, elle forme des commissions de travail qui se chargent également de trouver des sponsors.

Le projet peut être financé par un sponsor principal qui prendrait en charge l'ensemble des coûts ou par plusieurs entreprises, ce qui permettrait d'inclure des entreprises de plus petite importance. De tels sponsorings peuvent être demandés à des banques comme la Raiffeisen ou la Banque Cantonale de Fribourg, des assurances ou d'autres entreprises romontoises comme les Ascenseurs Menétrey, Kowalski SA ou Nestlé. Un sponsoring sous forme de matériel et/ou de travail peut aussi être demandé à Bugnon Echafaudage.

Conclusion

L'analyse faite à la première partie de ce travail a permis de tirer différentes conclusions. Premièrement, le patrimoine historique médiéval tangible et intangible est bien présent à Romont. L'histoire de la ville et ses caractéristiques peuvent permettre d'y développer du tourisme médiéval. Deuxièmement, les entretiens auprès des familles et des autocaristes ont permis de montrer que la destination et son offre touristique ne sont que très peu connues en dehors du canton de Fribourg, voir même en dehors de la région. Ils ont également montré que les autocaristes n'étaient pas un public à cibler pour la mise en place d'une nouvelle offre, alors que les familles de la région lémanique le sont. Troisièmement, la récolte d'idées a permis de montrer différentes offres et pratiques existantes dont ce travail a pu s'inspirer.

À la suite de cette analyse, un parcours aventure urbain a été développé. Ce dernier est unique et innovant, il permet de mettre en avant le patrimoine historique de la ville en utilisant la mise en scène et le tourisme expérientiel. Il permet également d'attirer un nouveau public, les familles, les courses d'école, les jeunes adultes et les entreprises du canton de Fribourg mais également des cantons frontaliers.

Cependant, la mise en place d'un tel parcours peut être freinée par différentes contraintes comme la protection des biens culturels, la mise en place d'infrastructures sur l'ensemble de la vieille ville et les normes de sécurité. L'offre présentée dans ce travail tient compte de ces différentes contraintes pour qu'elle soit réalisable. L'Office du Tourisme de Romont et sa région risque tout de même d'être confronté à certains problèmes, c'est pourquoi il est important que le développement de cette offre soit fait en collaboration avec la Commune de Romont et le Service des biens culturels de l'Etat de Fribourg. Les différentes personnes contactées pour la rédaction de ce travail peuvent aussi participer à la mise en place de ce projet.

Un parcours aventure urbain est un projet d'envergure qui va demander la mise en place et la gestion de grosses infrastructures ainsi que la présence et la gestion de personnel. Pour être responsable d'un tel projet, l'Office du Tourisme de Romont et sa région devra repenser son fonctionnement. Il est possible de déléguer ce travail à une des collaboratrices de l'office ou à une entreprise ou structure externe à l'office.

Par ailleurs, deux parcours sont présentés dans ce travail ; il est possible de n'en réaliser qu'un. Le parcours enfant a l'avantage de ne demander que peu de gestion, mais ne

permettrait pas de faire autant augmenter la notoriété de la destination que le parcours adulte. Ce dernier demande plus d'organisation, de gestion, d'infrastructures et d'autorisations mais offre une activité innovante.

Pour finir, ce travail ne prend pas en compte le développement d'une stratégie marketing, la gestion de la chaîne de service, la gestion de la qualité et la fixation des prix pour le parcours adulte. Pour la réussite et la pérennité de ce projet, ces différents points et leurs coûts respectifs doivent également être réfléchis avant sa mise en place. Il est aussi recommandé d'effectuer une enquête auprès de parcs aventure dans les arbres, comme Charmey Aventures ou les Parc Aventure à Aigle, Sion et au Signal de Bougy, pour comparer leurs publics cibles et leurs caractéristiques ainsi que leur offre, le nombre de parcours et les différents niveaux qu'ils proposent.

Lors de la rédaction de ce projet, il est apparu que l'Office du Tourisme de Romont et sa région propose déjà à ses visiteurs et sa population une offre touristique importante et variée. La création d'une brochure « Balade historique, Au cœur d'une ville médiévale » a permis de combler le manque d'offre autour du patrimoine historique de la ville. L'offre touristique est bien présente mais peu ou pas connue des potentiels visiteurs comme le montre les entretiens. D'après ces observations, pour augmenter le nombre de visiteurs il faudrait pour commencer repenser la stratégie marketing de la destination. La création d'une nouvelle offre de tourisme médiéval n'est pas indispensable mais apporterait tout de même une plus-value et permettrait à la destination de communiquer sur deux axes principaux, le vitrail et le tourisme médiéval à travers des parcours aventure. Elle permettrait également de proposer une offre unique et innovante et donc d'augmenter la notoriété de Romont et sa région.

Références

Amt für Wirtschaft und Tourismus. (2012). *Tourismus-Destination als Erlebniswelt*. Chur.

Bujdosóa, Z., Dávidb, L., Tözsérc, A., Kovácsd, G., MajorKathie, V., Uakhitovaf, G., . . . Vasvárih, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(188), pp. 307-315.

Château de Gruyères. (2016). *Fête médiévale de la Saint-Jean*. Récupéré sur Château de Gruyères: http://www.chateau-gruyeres.ch/expositions-et-evenements/evenements/fete-medievale-de-saint-jean

Commission canadienne du tourisme. (2011). *Expériences : Boîte à outil pour les partenaires de la CCT (2ème édition)*.

e-marketing.fr. (2016). *Définition : Etude qualitative*. Récupéré sur e-marketing.fr: http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/etude-qualitative-238173.htm#EL6egIPHv9UFUvyR.97

Estavayer-le-Lac, Payerne et région. (2016). *Rallye à travers la ville*. Récupéré sur Estavayer-le-Lac, Payerne et région: http://www.estavayer-payerne.ch/fr/Activites-groupes/Familles/Visites-excursions-famille/Rallye-esta

Fédération Suisse du Tourisme. (2014). *Rapport annuel 2013*. Récupéré sur file:///C:/Users/HP-HP/Downloads/STiZ_2013_fr%20(1).pdf

Féli-D Mouvement. (2016). *Le Parkour : Définition*. Récupéré sur Féli-D Mouvement: http://feli-dmouvement.ch/le-parkour-la-methode-naturelle/

Forster, S., Gruber, S., Roffler, A., Göpfert, R., & ZHAW. (2011). *Le tourisme - tout naturellement !* Bienne: Witschidruck.

Genève tourisme. (2016). *Geneva Greeters*. Récupéré sur Geneva Greeters: http://www.genevagreeters.com/francais/#new-page-2-1

Geser, G., Hornung-Prähauser, V., & Strasser, A. (2014). *Handbook for creative cultural heritage cooperation projects*. Salzburg: Creative Corporation in Cultural Heritage.

Hargove, C. (2014). *Cultural tourisme : attractig visitors and their spendings*. The national cultural distric exchange.

Institute for Cultural Management Ludwigsburg, projekt2508 gmbH. (2016). *Cultural Tourism Study 2015/201*. Berlin.

Lacourt, S. (2013, mai-juin). Le Moyen Âge, un mythe qui fait écho à la contemporanéité ? *Espace : Tourisme et loisirs, 312*, pp. 81-86.

Lallemant, G. (2013, mai-juin). Itinérance médiévale en vallée du Dropt. Un festival nomade en Aquitaine. *Espaces : Tourisme et loisirs, 312*, pp. 138-143.

Larousse.fr. (2016). *Expérience*. Récupéré sur larousse.fr: http://larousse.fr/dictionnaires/francais/exp%C3%A9rience/32237

Le Petit Pays. (2016). *Les Grandes Médiévales*. Récupéré sur Le Petit Pays: http://www.lepetitpays.com/les-grandes-medievales

Lehalle, E. (2011). *Le tourisme culturel*. Bresson: Les Deux-Pont.

Morat Tourisme. (2016a). Récupéré sur Morat festival des lumières: http://www.moratfestivaldeslumieres.ch/

Morat Tourisme. (2016b). *Chasse au trésor à Morat*. Récupéré sur Région Murtensee Lac de Morat: http://www.murtentourismus.ch/fr/activites/visites-guidees/visites-guidees-individuels/chasse-tresor-morat.html

OCDE. (2009). *The impact of culture on tourism*. OCDE Published.

OCDE. (2014). *Tourism and the Creative Economy*. OCDE Publishing.

Office du Tourisme de Romont et sa région. (2016). Rapport d'activité 2015. 5-6. Romont. Récupéré sur http://www.romontregion.ch/fr/A-notre-sujet/societe_developpement_romont_region/rapport-activite.html

Origet du Cluzeau, C. (2013). *Le tourisme culturel : Dynamique et prospective d'une passion durable*. Bruxelles: De Boeck Supérieur s.a.

Patin, V. (2012). *Tourisme et patrimoine*. Paris: Direction de l'information légale et administrative.

Plet-Nicolas, F. (2013, mai-juin). Le néo-Moyen Âge, un thème propice aux activités ludiques et touristiques. *Espace : Tourisme et loisirs, 312*, pp. 76-80.

Pröbstle, Y. (2016). Kulturturisten. Ein Zukunftportrait. *kulturtourismus neu denken 2030* (pp. 35-36). Munich: kulturgipfel.

Région Glâne-Veveyse. (2016a). *Districts et communes*. Récupéré sur Région Glâne-Veveyse: http://www.rgv.ch/districts-a-communes.html

Région Glâne-Veveyse. (2016b). *L'association*. Récupéré sur Région Glâne-Veveyse: http://www.rgv.ch/lassociation.html

sda. (2014). Romands reisen öfter in die Deutschschweiz als umgekehrt. *Aargauer Zeitung*. Récupéré sur http://www.aargauerzeitung.ch/wirtschaft/romands-reisen-oefter-in-die-deutschschweiz-als-umgekehrt-128001696

Spantig, M. (2016). Wie reisent wir in Zukunft? *kulturturismus neu denken 2030* (pp. 3-6). Munich: kulturgipfel.

Switzerland Tourism. (2014). *Tourism Monitor Switzerland 2013: Overview. Market of origin: Switzerland.*

The Pokémon Company. (2016). Récupéré sur www.pokemongo.com: http://www.pokemongo.com/fr-fr/

Tuaillon Demésy, A. (2013, mai-juin). Fêtes médiévales et festivals d'histoire vivante. De l'imaginaire médiéval à la re-création de l'histoire. *Espace : Tourisme et loisirs, 312*, pp. 87-94.

Union Fribourgeoise du Tourisme. (2008). *Concept marketing 2008.* Fribourg. Récupéré sur http://www.fribourgregion.ch/fr/a-notre-sujet/uft/vision-2030.html

Union Fribourgeoise du Tourisme. (2016a). *Action de l'UFT*. Récupéré sur Fribourg Région: http://www.fribourgregion.ch/fr/a-notre-sujet/uft/action-uft.html

Union Fribourgeoise du Tourisme. (2016b). *Fonds d'équipement touristique*. Récupéré sur www.fribourgregion.ch: http://www.fribourgregion.ch/fr/fonds-equipement-touristique.html

Vallée du Dropt, Vallée des Bastides. (2016). *Itinérences médiévales 2016*. Récupéré sur Vallée du Dropt, Vallée des Bastides: http://www.medieval.dropt.org/actualite

Ville de Romont. (2016). *La commune en chiffre*. Récupéré sur Ville de Romont: http://www.romont.ch/fr/presentation/chiffres/

Weber, J. (2012). *Gaming and gamification in tourism : 10 ways to make tourism more plyful.* Digital Tourism Think Tank.

World Tourism Organisation UNWTO. (2016). *Annual Report 2015.* Récupéré sur http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2015

Annexe I : Entretien avec l'archiviste de la ville de Romont, Florian Defferrard

Source : Florian Defferrard, communication personnelle (2016)

Historique général de Romont :

1. **Que-ce qui caractérise les différentes périodes historiques à Romont et dans sa région ? Que ce qui les a marqués ? Quelles en ont été les répercussions/modifications sur « la vie de tous les jours » ?**

Les périodes historiques :

~1177	Première mention du toponyme "Rotundus mons" – Romont
1239-1536	Période savoyarde
1536-1798	Bailliage fribourgeois
1798-1803	République helvétique: le bailliage de Farvagny est rattaché à celui de Romont
1803 – 1815	Acte de Médiation (un lieutenant gouverne)
1815 – 1848	Chef-lieu du district de Romont
Dès 1848	Chef-lieu du district de la Glâne (union des districts de Romont et de Rue)

a. **Avant pierre de Savoie :**

On a toutes les conditions humaines pour que la région soit habitée, sûrement par des Celtes puis des Romains. Configuration typique d'un village celte. On est presque sûr que la région était habitée (petit village), mais il est difficile de faire des recherches archéologiques qui le prouvent. Cependant, des sépultures de l'âge de bronze et les traces d'une villa romaine furent relevées au pied de la colline, à Bossonens.

Autour de 1150, la colline appartenait aux seigneurs de Villaz. Ces derniers autorisent les moines d'Hauterive à chercher du bois sur la colline (déforestation sûrement dans le but de pouvoir exploiter la surface pour l'établissement humain). C'est sur cette autorisation écrite datant de 1177 qu'on trouve pour la première fois la mention du nom de *Rotundus mons* (le mont rond) ou Romont. Cette déforestation fut le point de départ de l'établissement humain. Le Glanais étant un marais, on s'installe donc en hauteur.

Suite à un malentendu, une « petite guerre », avec la famille Billens, ces derniers ont repris la colline. On sait qu'il y avait un établissement appartenant à la famille Billens avant la construction du château par Pierre de Savoie.

b. Période savoyarde 1239-1536 :

La Famille de Savoie s'installe dans le Pays de Vaud dès 1207. Elle applique une domination directe sur Romont (la ville est transmise d'une génération à l'autre, toujours dans la famille). Romont est dirigée comme un apanage ou fief, c'est-à-dire, qu'ils gèrent et retirent le bénéfice. Ils n'habitaient pas à Romont mais recevaient le bénéfice.

Romont est dirigée par une institution (un châtelain) qui dirige la ville au niveau administratif. Leur rôle est de ponctionner les bénéfices et lever l'armée en fonction de ce que voulait la Savoie. Le châtelain peut changer d'année en année.

Pour payer leur dette, la maison de Savoie a certaines fois donné la châtellenie de Romont à ses créanciers et les a laissé faire entrer l'argent et se rembourser au fur et à mesure.

« Les impôts étaient prélevés de manière extraordinaire, selon les besoins du prince ou de la collectivité. Faisant valoir leur immunité, les clercs s'y dérobaient, ce qui était souvent ressenti comme un manque de solidarité par la communauté des contribuables. » (Des clercs et des livres)

Pierre de Savoie : recherche de pouvoir, gloire et faire des alliances

1237 : Pierre de Savoie récupère Moudon où est scellée une alliance entre la famille de Savoie et celle de Kybourg (qui dirige Fribourg). Cette alliance définit que commercialement, les Savoyards font des tarifs douaniers préférentiels aux bourgeois de Fribourg.

Les Savoyards ont toujours vendu leur service en transportant les gens. Ils ont donc créé une nouvelle route **sécurisée** qui passe par Romont, pour aller de Fribourg à Lausanne. Une nouvelle option routière (autre que Payerne-Moudon-Lausanne) dont la sécurité sur les routes est le point central. Pour obliger les commerçants à passer, ils offrent une route sécurisée et de bonne qualité. La ville est donc fondée en raison de la route qui la traverse.

Pierre de Savoie s'occupe de la sécurité des routes et de la justice, c'est-à-dire, si quelqu'un contrevenait à la sécurité des routes, il était jugé directement par le châtelain de Savoie. Il s'agissait d'un crime majeur (haute justice) et les châtiments étaient très stricts et donnés à la vue de tous, car la douane était le principal revenu de la famille de Savoie et leur faire une « mauvaise pub » pouvait avoir un gros impact sur leurs revenus.

Ville Marché :

Romont est une ville étape (arrêt « obligatoire » pour faire Lausanne/Vevey - Fribourg)

La ville a été construite pour être une ville-marché. Deux rues ont été créées très larges, dès la construction de la ville au Moyen Âge, dans le but d'accueillir un marché (Rue du Château et Grand-Rue). C'est aussi pour cette raison qu'il n'y a pas de place du marché.

Depuis 1244 le marché hebdomadaire avait lieu le mardi. Les marchés avaient lieu à un jour différent dans chaque ville pour que les marchands puissent faire le circuit.

Entre 2 et 4 fois par année à Romont ont lieu des grandes foires. Les plus importantes sont celles de l'Assomption au mois d'août. Le marché s'installe dans toute la ville durant presque une semaine. Cette fête n'était donc plus religieuse, mais commerciale.

Famille de Ferney : premier châtelain de Romont et **Himbert de Ferney** (un descendant) se fait juger et tuer et tous ses biens sont confisqués. Il a dû faire une très grosse faute pour qu'on lui confisque ses biens.

Il a eu un gros impact sur la ville :

- Il est le premier à avoir attesté de l'existence d'une chapelle dans la ville (on ne sait pas où)
- Il fait un don à l'hôpital de Romont pour nourrir 366 pauvres. Don symbolique « nourrir 1 pauvre par jour ». Il s'agit sûrement du don fondateur de l'hôpital -> institutionnalisation de l'hôpital

Avant l'arrivée des hôpitaux, les gens étaient soignés par le barbier ou le boucher qui leur faisaient des saignées, car ils savaient magner les couteaux.

Les spécialisations étaient plus grandes à l'époque, car certains outils ne pouvaient être acquis par tout le monde. Par exemple, les gens allaient chez le barbier, car ils n'avaient pas les moyens d'avoir un miroir chez eux. Par contre, on essayait de produire soi-même les produits de première nécessité comme le pain.

Collégiale : Romont n'est pas une collégiale, la ville n'a jamais été proclamée de Collégiale par le pape (celui-ci a refusé, car Romont n'était pas dans le même camp que Lausanne), mais l'église de Romont s'est autoproclamée Collégiale et le nom est resté. L'église s'est donné le nom de Collégiale et se faisait passé comme tel, mais ne respectait pas les règles d'une Collégiale (les Collégiales sont censées avoir une communauté d'habitation pour les prêtres sur place, alors qu'à Romont les prêtes vivaient où ils le désiraient et le curé n'habitait même pas dans la ville, il se contentait de récolter le bénéfice. Quelques curés ont vécu à Romont, mais très peu. La ville n'était pas « assez prestigieuse » pour un prêtre.

« La religion, le clergé et le culte des défunts prenaient une place énorme dans la société romontoise à la fin du Moyen Âge. En effet, de nombreux dons étaient faits au clergé, à l'église paroissiale ainsi qu'à des autels et chapelle privée. Ces dons garantissaient l'entretien de plus de vingt autels et chapelles en l'église paroissiale. Cette attitude vis-à-vis de la mort et de l'au-delà était le reflet de l'univers spirituel de l'époque. La relation à Dieu était dominée par la peur de la damnation éternelle. » (Des clercs et des livres)

Il reste très peu d'informations sur la vie de tous les jours, rien de particulier. L'unique métier particulier est la fabrication faux et fauscies. La ville était connue pour ses bons

forgerons. Par la suite (16e-17e) les fondeurs de cloches de la ville se sont imposés. Cela montre le savoir-faire sur le travail du fer que possédait la ville.

L'incendie de 1434 a détruit la Collégiale, il a fallu environ 20 ans pour la reconstruire. Pendant les travaux, le bâtiment devait rester fonctionnel, les messes devaient pouvoir être données même si personne n'était présent. Les gens donnaient énormément de dons pour les morts, il fallait donc que les prêtres continuent à donner les messes en eux et non pour les vivants.

Cet évènement accentua la dépression dans laquelle la ville se trouvait déjà suite à la grande Peste de 1349. Romont subit un fort dépeuplement et une récession économique. Malgré la fabrication de faux florissante durant le XVe s., Romont ne devint jamais un grand centre d'artisanat ou d'industrie. Elle garda toujours sa fonction de marché de produits agricoles qu'une généreuse campagne environnante lui fournissait. (Des clercs et des livres)

1475/1476: rupture à cause des guerres de bourgogne. Romont est prise et incendiée à 2 reprises.

Durant ces guerres, la Savoie s'est reprouvée au côté de Charles le Téméraire et a perdu. Lors d'un des pillages, les Fribourgeois et Bernois ont emporté le bourdon de la Collégiale de Romont et l'ont mis à la cathédrale Saint-Nicolas de Fribourg

Cette période est caractérisée par :

- ➔ **Organisation de la communauté urbaine** (châtelain, bourgeoisie, conseil qui prend la décision, composé de nobles et de bourgeois (principalement des notaires)). Il reste principalement des documents sur les comptes concernant cette époque.

c. Baillage fribourgeois : 1536-1798

Commence presque aux guerres de bourgognes (1476), car à ce moment les Fribourgeois, lors des différents pillages, ont montré leur supériorité militaire sur la Savoie.

Retirement des ducs de Savoie sur la ville de Romont. Ils sont encore là en terme juridique et par moment militaire, mais la population n'a plus confiance, car elle ne se sent pas protégée. Le peuple et l'église se distancient des comptes de Savoie et prennent de l'autonomie. Il était également dur, pour le peuple, de combattre au nom d'un duc qu'il ne connaissait pas vraiment et qui n'est jamais présent.

La maison de Savoie se retire totalement et repart vers les sud du Léman (Chambéry puis Turin).

1516 : l'église récupère le droit de patronage, le clergé peut donc nommer ses propres curés (ce que la maison de Savoie faisait avant).

➔ **Indépendance de la communauté qui se détache de la Savoie**

1536 : Conquête du Pays de Vaud par Berne et Fribourg. Si Berne prend Romont, la ville doit passer à la réforme, tandis que si c'est Fribourg, la ville reste catholique. D'autre part, le peuple a pensé avoir plus d'indépendance sous les Fribourgeois que sous les Bernois. Ce qui s'est révélé juste. La communauté urbaine a gardé une grande indépendance à la suite de la prise par Fribourg. Fribourg contrôlait mais n'imposait rien et Romont ne s'est jamais révolté et n'a jamais contesté l'autorité de Fribourg, elle est restée assez « sage ».

Des patriciens de Fribourg qui s'installent et deviennent des baillis (Montenar)

1580-1610 : les Montenar refont le château de Romont, en 1612 ils posent leur écusson à côté de l'entrée du château.

Il y a une implication du patricien fribourgeois dans le fonctionnement et administration de la ville, mais, de l'autre côté, communauté urbaine et l'église continue à vivre de manière assez indépendante. C'est sans doute une des raisons pour lesquels ils ne se sont jamais révoltés. Ils avaient assez de marge de manœuvre pour faire plus ou moins ce qu'ils voulaient.

Renouveau de l'église, petite réforme, des jésuites s'installent et commence à former des prêtres,…. Il y a un impact sur Romont, mais sans être un choc. Le changement se fait en douceur et le clergé continu à « faire sa vie » sans conflits.

d. Acte de médiation : 1803 – 1815

L'acte de médiation a été voulu par Napoléon pour la Suisse, séparation/distinction entre ce que sont les villes et ce que sont les cantons. Le canton devient une institution à part entière et la ville devient un corps urbain, une communauté urbaine sans être une communauté qui dirigeait tout ce qui a autour.

e. Chef-lieu du district de Romont : 1815 – 1848

Les échelons du fédéralisme se dessinent : niveau local, cantonal, fédéral

f. Chef-lieu du district de la Glâne (union des districts de Romont et de Rue) : dès 1848

Développement de la ville grâce aux liaisons ferroviaires. Il y a une bonne dynamique jusqu'à la 1ère Guerre Mondiale, beaucoup de projets se développent (usines, artisanat, horlogerie,…), mais presque aucun n'ont abouti (esprit très conservateur).

1935 : la première industrie s'installe, l'Electroverre

Jusqu'à 1970, la politique économique est un peu bloquée et ralentit le développement de la ville. Le fait de ne pas avoir l'autoroute qui passe par Romont a aussi eu un impact.

Décollage économique dans 2ème moitié des années 70, 2 zones industrielles s'ouvrent : la Maillarde et en Raboud. Cette « bonne période » dure jusqu'à environ 1990 et voit l'installation de toutes sortes d'entreprises (ascenseurs Menetrey).

Dépression dans les années 90 jusqu'au début des années 2000, et dès 2005-2006 Romont de redéveloppe grâce à la ligne RER bulle-berne. Une « conscience écologique » cré afflux important de personne et donc d'entreprises (Nespresso).

2. **Depuis quand Romont a été nommé le Pays du Vitrail ? Y a-t-il une raison particulière pour que tant de vitraux importants se trouvent à Romont ?**

Le nom de Pays du vitrail est une création promotionnelle qui date plus ou moins de la création du Musée du Vitrail en 1981.

Romont et sa région contient des vitraux de première importance. Principalement dans la Collégiale de Romont où l'on trouve des vitraux très ancien et d'une qualité et beauté exceptionnelle. Ils datent d'après la reconstruction de l'église à la suite de l'incendie de 1434.

À l'époque, en témoignage d'amitié et d'alliance, on s'offrait entre villes des vitraux qui étaient mis dans les lieux emblématiques de la ville. On en retrouvait notamment dans la maison de ville (aujourd'hui détruite), offerts par leurs excellences de Fribourg. Une douzaine de vitraux y ont été retrouvés, dont la plupart étaient des cadeaux.

Groupe St-Luc : (1920-1950)

Entre les deux Guerres Mondiales, l'architecte et constructeur d'église **Fernant Dumas** emmène autour de lui Gino Severini et Saint Grilla, deux peintres de mobilier liturgique, d'ornements et de vitraux. Ensemble ils vont proposer un renouveau de l'art religieux et refaisant énormément d'églises. Romont devient leur base et donc énormément d'artistes internationaux très compétents dans le domaine viennent à Romont autour de Fernant Dumas. Ce dernier construit presque une église par année, dans un style propre à lui-même. Le groupe St-Luc apporte une grande importance au vitrail et lorsque la Collégiale est reconstruite, eux, « les meilleures dans le domaine », qui s'en chargent. De même que la chapelle St-Charles, qui est un « bijou » du groupe St-Luc.

Les décentrant de ce groupe sont Yoki, qui finit les verrières de la Collégiale, et De Castro s'occupe de la Fille-Dieu.

3. **Romont était la 2ème ville romande la plus importante, pourquoi a-t-elle perdu de son importance ? (avec Vevey et Yverdon)**

Romont a perdu de son importance, premièrement à cause du déplacement des axes de trafic (construction de l'autoroute qui ne passe pas par Romont,…) et deuxièmement, car la ville n'a pas réussi à implanter d'activité économique. La ville a eu une période de déclin et une forte dépression économique, depuis les guerres de bourgogne. La ville se replie sur elle-même car elle n'a plus beaucoup de contact avec les autres villes. Cela jusqu'à environ après la 2ème Guerre Mondiale. Ce retrait est principalement dû à un conservatisme catholique important.

Précisions et anecdotes :

4. **Voilà toutes les dates des incendies que j'ai trouvées, sont-elles justes ? 1275 pillé, 1434, 1475 et 1476 pillages et incendies, 1577 petit incendie, 1589 pas sûr, 1843, 1853, 1863, 1864, 1865**

Les incendies du 19ème siècle provoquent le réaménagement de toute la ville. En 1845 les portes de la ville sont détruites (Porte de Marsens, Mézières et Fribourg ou Lussy), car on s'aperçoit que c'est un risque et principalement, car elles entravent la bonne circulation. Le gros réaménagement se fait entre le château et la rue des Moines qui sont les lieux les plus touchés. Tout le rang des maisons de la rue de l'Église est refait et le rue est totalement réaménagée. (1850-1870)

À valoriser : ancienne boucherie ; Maison St-Charles (plaquettes)

5. **Y a-t-il une raison pour qu'il y ait eu autant d'incendies ? Cela a-t-il eu un impact sur la manière de construire et d'organiser la ville ? Et sur la mentalité ou le moral de la population ?**

L'incendie de 1434 fut le plus ravageur, il détruit tout le haut de la ville. Les gens pauvres n'avaient pas les moyens de reconstruire leur maison qui ont été rachetées par les riches. La

majorité des biens fonciers étaient donc entre les mains d'une petite poignée de personnes. Les pauvres sont devenus locataires des riches et aucun n'arrivait à payer leur dette. Ils devaient au minimum payer l'intérêt de la dette, de 5% de la valeur totale de la maison, pour continuer à pouvoir y vivre.

6. **Pouvez-vous préciser l'histoire des chevaliers qui ont été interdits d'aller se battre entre eux, dont vous aviez parlé durant votre conférence ?**

Beaucoup de guerres privées avaient lieu dans tout le Pays de Vaud. Amédée VIII de Savoie finit par interdire à tous les chevaliers d'aller se faire la guerre entre eux. En cause, une guerre entre les seigneurs de Grandson et ceux d'Estavayer. Les seigneurs d'Estavayer ont accusé les Grandson d'avoir fait une erreur et ont provoqué un duel entre Gérard d'Estavayer, un jeune mais sans aucune possession, et Othon de Grandson, un vieux extrêmement riche. Le jeune l'emporte et prend toutes les possessions d'Othon de Grandson. Ce duel a créé une scission entre les nobles du Pays de Vaud, Romont était pro-Estavayer.

Pour éviter que ça ne dégénère et que tous les chevaliers y passent, Amédée VIII leur a interdit de se faire la guerre. Le problème était que pour détourner toute cette énergie, car les chevaliers n'avaient rien n'à faire s'il n'y avait pas de guerres, il a fallu les occuper en allant faire la guerre ailleurs. De nouvelles expéditions ont donc été inventées.

7. **Y a-t-il une raison particulière pour que les Capucins se soient installés à Romont ? Y a-t-il eu des répercussions ?**

Les Capucins ont été invités par la ville à y venir, car la population avait besoin, suite à la réforme de l'église catholique, de prédicateurs, de gens qui enseignent au peuple le renouveau de l'église. Les Capucins sont donc appelés une première fois en 1620, mais ils refusent de venir. Les Minimes sont donc appelés à leur place pour faire de l'enseignement aux enfants et la prédication. La population n'est pas satisfaite de ce qu'ils font, elle s'en débarrasse donc vers 1720.

Le besoin de prédicateurs est toujours présent, ils redemandent donc aux Capucins qui acceptent de venir en 1727. Mais ces derniers n'ont pas de maison. En 1746, le **Père Maximilien Badoux** fait construire l'église de l'hospice. Ce dernier est, à cette époque, le supérieur de l'hospice des Capucins de Romont et est originaire de Romont. Il édite un livre d'Apollinaris Roy, dont le portrait se trouve sur un des vitraux des Capucins. Il était aussi prédicateur, fin lettré, écrivain et poète. (des clercs et des livres)

Le couvent des Capucins a été ouvert en 1905 et fermé en 1969.

8. **Durant la période du Moyen Âge, quelles étaient les liens/relations entre Rue et Romont ?**

Les deux villes sont des châtelainerie de la Famille de Savoie. Elles ont les deux exactement le même statut, sont au même niveau et sont le même type de ville. Romont ne domine pas Rue malgré qu'elle soit plus grande. Elles sont les deux assez autonomes et ne fonctionnent pas ensemble, sauf en cas de danger. Elles se rencontrent régulièrement pour discuter lors de l'assemblée des États de Vaud. Cette assemblée qui rassemble les délégués de chaque ville de la région est convoquée uniquement quand on devait répondre à un requête du compte ou duc de Savoie (partir en guerre, donner de l'argent,…).

D'autre part, Rue est aussi une ville étape qui contient un marché. Les deux villes font donc partie du même réseau, elles ont donc un certain lien de solidarité.

Monuments et architecture :

9. **Il nous manque des informations, anecdotes ou légendes sur :**

- **Le chemin de ronde :** rien de particulier à dire

- **Le cimetière :** Le cimetière se trouvait originairement autour de l'église, car au Moyen Âge, on pensait que plus les morts étaient près du cœur de l'église, plus vite ils quitteraient le purgatoire. Il a ensuite été déplacé à la suite d'un incendie.

- **La chapelle réformée :** La chapelle réformée est une très vieille maison de Romont, dont on est presque sûr qu'elle appartenait à la Fille-Dieu. Elle était certainement utilisée pour abriter les paysans de la Fille-Dieu qui venait vendre leur produit en surplus.

- **Les escaliers de la Massin : Massin = Marsens** parce qu'ils gardent la porte de Marsens, devant laquelle se trouvait une maison qui appartenait aux moines de Marsens. Ces moines appartenaient à l'ordre prémontré et ont occupé cette maison jusqu'à la fin du XIVe s.. On parle aussi de Humiliont, « mont humble ». Lors de la fête de l'Assomption, on allait chercher une sorte d'habit pour habiller la vierge. Ce dernier était conservé par les moines de Marsens et pour la fête, un cortège de gens très important allait chercher cet habit. Il s'agissait donc d'un objet extrêmement important.

10. D'où viennent les noms de :

- **la Tour du Sauvage :** L'Auberge du sauvage se trouvait juste à côté (à côté du cheval blanc)

- **La Tour des Béguines** : les béguines étaient des femmes laïques qui se consacraient uniquement au service des autres et de Dieu. Il n'y a jamais eu de béguines dans la tour, mais elles ont habité dans les rue de l'Église. La tour était utilisée comme grange de l'hôpital. L'hôpital avait beaucoup de réserves, car son rôle était de nourrir les pauvres.

- **La Tour de Billens ou du Midi** : tournée vers Billens ou vers le Sud

11. Y a-t-il une raison pour que la plupart des tours aient changé de nom ?
Pas de raison particulière

12. Qu'est-il arrivé au pont-levis du château ? En quelle année a-t-il disparut et pour quelles raisons ?

À partir du moment où le château ne devient plus le dernier remplit de la ville, car on comment à faire la guerre avec de la grosse artillerie et qu'il ne protège donc plus des attaques extérieures (16e s.). C'est donc dû à un changement dans l'art de la guerre et au fait que le pont-levis n'aille plus d'utilité, mais aussi, car il était beaucoup plus facile de passer sans devoir toujours le baisser et le relever.

Lorsque le château a été refait, entre 1580-1610, l'une des premières choses qui à avoir été faite a été de remplir le fossé qui se trouvait tout autour du château et d'enlever le pont-levis.

Au Moyen Âge, on trouvait aussi un fossé entre le château et l'église et tout autour du petit château.

Annexe II : Recensement du patrimoine historique de Romont

Source : Florian Defferrard, communication personnelle (2016), Ancienne balade historique de Romont, Des clercs et des livres (2012), Balade à Romont (2016), Rue Balade pour une mémoire, www.romontregion.ch (2016)

HISTORIQUE	
Avant Pierre de Savoie	Toutes les conditions humaines sont réunies pour que la région soit habitée, sûrement par des Celtes puis des Romains. Configuration typique d'un village celte. On est presque sûr que la région était habitée (petit village), mais il est difficile de faire des recherches archéologiques qui le prouvent. Cependant, des sépultures de l'âge de bronze et les traces d'une villa romaine ont été relevées au pied de la colline, à Bossonens. Autour de 1150, la colline appartient aux seigneurs de Villaz. Ces derniers autorisent les moines d'Hauterive à chercher du bois sur la colline (déforestation sûrement dans le but de pouvoir exploiter la surface pour l'établissement humain). C'est sur cette autorisation écrite datant de 1177 qu'on trouve pour la première fois la mention du nom de *Rotundus mons* (le mont rond) ou Romont. Cette déforestation est le point de départ de l'établissement humain. Le Glanais étant un marais, on s'installe donc en hauteur. Suite à un malentendu, une « petite guerre », avec la famille Billens, ces derniers reprennent la colline. On sait qu'il y avait un établissement appartenant à la famille Billens avant la construction du château par Pierre de Savoie.
Période savoyarde 1239-1536	Cette période est caractérisée par l'**organisation de la communauté urbaine** (châtelain, bourgeoisie, conseil qui prend la décision, composé de nobles et de bourgeois (principalement des notaires). Il reste principalement des documents sur les comptes de cette époque. **La Famille de Savoie :** La Famille de Savoie s'installe dans le Pays de Vaud dès 1207. En 1237, Pierre de Savoie récupère Moudon où est scellée une alliance entre la famille de Savoie et celle de Kybourg (qui dirige Fribourg). Cette alliance définit que commercialement, les Savoyards font des tarifs douaniers préférentiels aux bourgeois de Fribourg. Les Savoyards ont toujours vendu leur service en transportant les gens. Ils acquièrent donc Romont en 1239 dans le but de créer une nouvelle route **sécurisée**, pour aller de Fribourg à Lausanne. Une nouvelle option routière (autre que Payerne-Moudon-Lausanne) dont la sécurité sur les routes est le point central. Pour obliger les commerçants à passer, ils offrent une route sécurisée et de bonne qualité. La ville est donc fondée en raison de la route qui la traverse. Pierre de Savoie s'occupe en personne de la sécurité des routes, si quelqu'un y contrevient, il est jugé par ce dernier. La douane étant le principal revenu de la famille de Savoie, il s'agit à cette époque d'un crime

	majeur (haute justice) et les châtiments sont très stricts et donnés à la vue de tous. La Famille de Savoie applique une domination directe sur Romont (la ville est transmise d'une génération à l'autre, toujours dans la famille). Romont est dirigée comme un apanage ou fief, c'est-à-dire que la famille gère et retire les bénéfices mais n'y habite pas. Romont est dirigée par une institution (un châtelain) qui dirige la ville au niveau administratif. Le rôle des châtelains est de ponctionner les bénéfices et lever l'armée en fonction de ce que commande la Savoie. Le châtelain peut changer d'année en année. Pour payer ses dettes, la maison de Savoie a certaines fois donné la châtellenie de Romont à ses créanciers et les a laissé faire entrer l'argent et se rembourser au fur et à mesure. Selon le livre « Des clercs et des livres », les impôts étaient prélevés de manière extraordinaire, selon les besoins du prince ou de la collectivité. Faisant valoir leur immunité, les clercs s'y dérobaient, ce qui était souvent ressenti comme un manque de solidarité par la communauté des contribuables. **Ville Marché :** Romont est une ville étape (arrêt « obligatoire » pour faire Lausanne/Vevey - Fribourg) La ville a été construite pour être une ville-marché. Deux rues ont été créées très larges, dès la construction de la ville au Moyen Âge, dans le but d'accueillir un marché (Rue du Château et Grand-Rue). C'est aussi pour cette raison qu'il n'y a pas de place du marché. Depuis 1244, le marché hebdomadaire a le mardi. Les marchés avaient lieu à un jour différent dans chaque ville pour que les marchands puissent faire le circuit. Entre 2 et 4 fois par année à Romont ont lieu de grandes foires. La plus importante est celle de l'Assomption durant le mois d'août. Le marché s'installe dans toute la ville durant presque une semaine. Cette fête n'était donc plus religieuse, mais commerciale. **Incendie de 1434 :** L'incendie de 1434 fut le plus ravageur des nombreux incendies qu'a connu la ville. Il détruisit tout le haut de la ville, et notamment une grande partie de la Collégiale. Les gens pauvres n'avaient pas les moyens de reconstruire leur maison qui ont donc été rachetées par les riches. La majorité des biens fonciers étaient donc entre les mains d'une petite poignée de personnes. Les pauvres sont devenus locataires des riches et aucun n'arrivait à payer leur dette. Ils devaient au minimum payer l'intérêt de la dette, de 5% de la valeur totale de la maison, pour continuer à pouvoir y vivre. Cet évènement accentua la dépression dans laquelle la ville se trouvait déjà suite à la grande Peste de 1349. Romont subit un fort dépeuplement et une

	récession économique. Malgré la fabrication de faux florissante durant le XVe s., Romont ne devint jamais un grand centre d'artisanat ou d'industrie. Elle garda toujours sa fonction de marché de produits agricoles qu'une généreuse campagne environnante lui fournissait. (Des clercs et des livres) **Guerres de Bourgogne :** 1475-1476, une rupture se crée à la suite des guerres de bourgogne, du fait que Romont soit prise et incendiée à deux reprises. Durant ces guerres, la Savoie s'est reprouvée au côté de Charles le Téméraire et a perdu. Lors d'un des pillages, les Fribourgeois et Bernois ont emporté le bourdon de la Collégiale de Romont et l'ont mis dans la Cathédrale Saint-Nicolas de Fribourg. Les Fribourgeois ont démontré leur supériorité militaire sur la Savoie. Les ducs de Savoie se retirent gentiment de la ville de Romont. Ils sont encore présents en terme juridique et par moment militaire, mais la population n'a plus confiance, elle ne se sent plus protégée. Le peuple et l'église se distancient des comptes de Savoie et prennent de l'autonomie. Il est également dur, pour le peuple, de combattre au nom d'un duc qu'il ne connait pas vraiment et qui n'est jamais présent. La maison de Savoie se retire totalement et repart vers le sud du Léman (Chambéry puis Turin). En 1516, l'église récupère le droit de patronage, le clergé peut donc nommer ses propres curés (ce que la maison de Savoie faisait avant). Cela renforce l'indépendance de la communauté qui se détache de la Savoie.
Baillage fribourgeois : 1536-1798	1536 : Conquête du Pays de Vaud par Berne et Fribourg. Si Berne prend Romont, la ville doit passer à la réforme, tandis que si c'est Fribourg, la ville reste catholique. D'autre part, le peuple a pensé avoir plus d'indépendance sous les Fribourgeois que sous les Bernois. Ce qui s'est révélé juste. La communauté urbaine a gardé une grande indépendance à la suite de la prise par Fribourg. Fribourg contrôlait mais n'imposait rien et Romont ne s'est jamais révoltée et n'a jamais contesté l'autorité de Fribourg. Des patriciens de Fribourg, les Montenard, s'installent et deviennent les baillis de la ville. De 1580 à 1610, ils refont le château de Romont, en 1612 ils posent leur écusson à côté de l'entrée du château. Les patriciens fribourgeois s'impliquent dans le fonctionnement et l'administration de la ville, mais la communauté urbaine et l'église continue à vivre de manière assez indépendante. C'est sans doute une des raisons pour lesquels ils ne se sont jamais révoltés. Des jésuites s'installent et commencent à former des prêtres, ce qui engendre une petite réforme et un renouveau de l'église. Le changement se fait en douceur et le clergé continu à « faire sa vie » sans conflits.
Acte de médiation 1803 – 1815	L'acte de médiation est voulu par Napoléon pour toute la Suisse. Il s'agit d'une séparation ou distinction entre ce que sont les villes et ce que sont les cantons. Le canton devient une institution à part entière et la ville

	devient un corps urbain, une communauté urbaine sans être une communauté qui dirige tout ce qui a autour.
Chef-lieu du district de Romont : 1815 – 1848	Les échelons du fédéralisme se dessinent : niveau local, cantonal et fédéral
Chef-lieu du district de la Glâne: dès 1848	Union des districts de Romont et de Rue Développement de la ville grâce aux liaisons ferroviaires. Une bonne dynamique se crée jusqu'à la Première Guerre Mondiale et beaucoup de projets se développent (usines, artisanat, horlogerie,…), mais presque aucun n'aboutissent (esprit très conservateur). 1935 : la première industrie s'installe, l'Electroverre Jusqu'en 1970, la politique économique est un peu bloquée et ralentit le développement de la ville. Le fait de ne pas avoir d'autoroute qui passe par Romont a aussi eu un impact négatif. Cependant, la ville de Romont reste connue pour son marché. Elle est notamment le centre du commerce du cheval en Suisse romande entre 1850 et 1914. On observe un décollage économique durant la deuxième moitié des années 70, deux zones industrielles s'ouvrent : la Maillarde et en Raboud. Cette « bonne période » dure jusqu'à environ 1990 et voit l'installation de toutes sortes d'entreprises (ascenseurs Menetrey). Cette période florissante est suivie d'une dépression dans les années 90 jusqu'au début des années 2000. Dès 2005-2006 Romont se redéveloppe grâce à la ligne RER bulle-berne. Une « conscience écologique » crée un afflux important de personnes et donc d'entreprises (Nespresso). **Perte d'importance :** Romont, qui fut l'une des villes les plus importantes du Pays de Vaud, a perdu de son importance. Premièrement à cause du déplacement des axes de trafic (construction de l'autoroute qui ne passe pas par Romont,…) et deuxièmement car la ville n'a pas réussi à implanter d'activité économique. La ville a traversé une période de déclin et une forte dépression économique, depuis les guerres de bourgogne. Elle se replie sur elle-même car elle n'a plus beaucoup de contact avec les autres villes. Cela jusqu'à environ la fin de la Deuxième Guerre Mondiale. Ce retrait est principalement dû à un conservatisme catholique important. **Incendies :** Les incendies du XIXème siècle provoquent le réaménagement de toute la ville. En 1845 les portes de la ville sont détruites (Porte de Marsens, Mézières et Fribourg ou Lussy) car on s'aperçoit que c'est un risque et principalement car elles entravent la bonne circulation. Le gros réaménagement se fait entre le château et la rue des Moines qui sont les

	lieux les plus touchés. Tout le rang des maisons de la rue de l'Église est refait et la rue est totalement réaménagée. (1850-1870)
MONUMENTS ET ARCHITECTURE	
Abbaye de la Fille-Dieu	On attribue la fondation du monastère à trois demoiselles, Juliette, Pernette et Céline qui décidèrent de donner leur vie à Dieu dans la prière et la solitude. Elles s'installèrent au pied de Romont en 1266. L'évêque de Lausanne venu visiter cette communauté naissante permit la construction d'un monastère auquel il donna le nom de « Fille-Dieu », en 1268. Les moniales de la Fille-Dieu suivaient les règles de St-Benoit et la communauté fût soumise à la juridiction de l'abbaye cistercienne de Hautvrêt (VD). Des bâtiments primitifs, seul le chœur de l'église consacrée en 1346 témoigne de ce vivant passé. Le Pape Clément VI érigea le prieuré en abbaye en 1350. La chronique dit qu'un incendie ravagea l'abbaye, fin du XVIIe siècle, aussi fallut-il construire l'actuelle maison et le mur de clôture. À part ça, l'Abbaye ne fut pas perturbée de grosses crises ou catastrophes. Elle a néanmoins frôlé la fermeture à la fin du XVIIIe s. à cause d'une mauvaise administration. Aujourd'hui, la fabrication d'hosties est devenue leur principale source de revenus. Elles en produisent plus de 1,1 million par année. **Quelques dates :** • 1268 : L'Évêque de Lausanne donne le nom de "Fille-Dieu" au prieuré. • 10 avril 1346 : Consécration de l'église • 1350 : Le prieuré est élevé au rang d'"Abbaye". • 1696 : Construction d'un nouveau monastère, l'ancien ayant été détruit par un incendie • 1906 : Rattachement de la communauté à l'Ordre Cistercien de la Stricte Observance • 1987 : Création des Amis de la Fille-Dieu dont le soutien permettra à l'Abbaye de retrouver sa beauté architecturale • 1996 : Pose des vitraux de l'artiste anglais Brian Clarke • 31 août 1996 : Dédicace de l'église restaurée
Église des Capucins	**L'église des Capucins :** Construite en 1747 d'après le plan type des églises de l'ordre. Dédiée à la Transfiguration et à Saint-François de Paule, elle abrite de remarquables autels Régence, œuvres du sculpteur franc-comtois Clerc et du peintre Meinrad Keller de Baden. Depuis sa rénovation en 2010-2011, l'Église des Capucins est animée par l'Association culturelle du même nom qui y organise des spectacles et des concerts. Les frères Capucins, religieux de l'ordre franciscain, demeurèrent à Romont de 1727 à 1979.

	L'hospice des Capucins : L'hospice, devenu couvent en 1905, a été desservi par les Capucins jusqu'en 1979. Ce bâtiment abrite actuellement une crèche. **Historique :** Les Capucins ont été invités par la ville à y venir car la population avait besoin, suite à la réforme de l'église catholique, de prédicateurs, de gens qui enseignent au peuple le renouveau de l'église. Les Capucins sont donc appelés une première fois en 1620, mais ils refusent de venir. Les Minimes sont donc appelés à leur place pour faire de l'enseignement aux enfants et la prédication. La population n'est pas satisfaite de ce qu'ils font, elle s'en débarrasse donc vers 1720. Le besoin de prédicateurs est toujours présent, ils redemandent donc aux Capucins qui acceptent de venir en 1727. Mais ces derniers n'ont pas de maison. En 1746, le **Père Maximilien Badoux** fait construire l'église de l'hospice.
Chapelle réformée	La chapelle réformée, de style baroque, est une très vieille maison de Romont, dont on est presque sûr qu'elle appartenait à la Fille-Dieu. Elle était certainement utilisée pour abriter les paysans de la Fille-Dieu qui venait vendre leur produit en surplus.
Château	Du château savoyard dont Pierre de Savoie entreprit la construction au milieu du XIIIe siècle selon le plan traditionnel du carré savoyard, il reste le donjon, la muraille nord-ouest et le bâtiment nord-est qui abrite depuis 1981 le Vitromusée Romont - Musée suisse du Vitrail et des Arts du Verre. En 1536, les Fribourgeois édifient un autre corps de logis, occupé aujourd'hui par la Préfecture du district de la Glâne. Le corps de logis sud-est fut érigé entre 1579 et 1591, après l'éboulement des anciennes constructions. Le portail, achevé en 1589 était doté jusqu'en 1816 d'un pont-levis. La porte et le puits, profond de 40 m, remontent au XVIe siècle. La roue (XVIIIe siècle), d'un diamètre impressionnant de 4,50 m, a donné naissance à la légende des écureuils: les hommes qui l'actionnaient étaient comparés à ces charmants rongeurs tournant en rond dans leur cage. Le château fut entièrement refait entre 1580-1610 et l'une des premières choses à avoir été faite fut de remplir le fossé qui se trouvait tout autour du château et d'enlever le pont-levis. La fontaine, œuvre du sculpteur genevois François Baud (1955), est ornée de quatre reliefs, représentant la reine Berthe et les trois comtes de Romont : Pierre II de Savoie, fondateur de la cité, Humbert le Bâtard et Jacques de Romont. Le bloc sculpté aux armes de l'État de Fribourg et de la ville de Romont, évoque la construction des remparts du côté de l'orient, entre 1621 et 1624, entreprise par le bailli Jean-Daniel de Montenach et fiancée par l'État représenté par son trésorier Jacob de Buman (armoiries de part et d'autre du phylactère).

Collégiale Notre-Dame de l'Assomption	**Historique :** En 1244, l'évêque de Lausanne Jean de Cossonay autorise Pierre de Savoie à doter Romont d'une église. Une première construction provisoire, probablement en bois, est édifiée. À la fin du XIIIe siècle, une nouvelle église construite en molasse avec chœur à deux travées voûtées et nef étroite couverte d'un plafond en bois est consacrée. Au cours des XIVème et XVème siècles, des chapelles sont ajoutées: on en dénombre une vingtaine en 1417 et près de trente en 1530. On reconstruit le bas-côté et les piliers sud de la nef, le bas-côté nord, le chœur. Les voûtes en tuf et les fenêtres hautes de la nef sont construites à la fin du XVe siècle. Une première restauration intérieure a eu lieu entre 1890 et 1891 suivie d'une deuxième entre 1937 et 1940, à la suite de l'incendie du dépôt des cierges qui noircit entièrement les murs en 1936. **Titre de Collégiale :** L'église de Romont n'est pas une collégiale, elle n'a jamais été proclamée de Collégiale par le pape (celui-ci a refusé car Romont n'était pas dans le même camp que Lausanne), mais elle s'est autoproclamée Collégiale et le nom est resté. L'église s'est donné le nom de Collégiale et se faisait passé comme tel, mais ne respectait pas les règles d'une Collégiale (les Collégiales sont censées avoir une communauté d'habitation pour les prêtres sur place, alors qu'à Romont les prêtes vivaient où ils le désiraient et le curé n'habitait même pas dans la ville, il se contentait de récolter le bénéfice. Quelques curés ont vécu à Romont, mais très peu. La ville n'était pas « assez prestigieuse » pour un prêtre. **Vitraux et ornements :** La Collégiale possède des merveilles de l'art du Moyen Âge à nos jours : Tympan du XIIIe siècle ; dans la petite chapelle de droite : Notre Dame du Portail (XIIIe), frise de Jean-François Beaud (1955) et vitraux de Yoki ; à l'opposé, les fonts baptismaux du XVIe et, à gauche, un vitrail de Cingria (1938) ; la peinture murale de Charles Renaud date de 1639 et orne la façade de la première église. Dans la nef latérale droite : vitraux anciens du XVème, gisant du chevalier Maillard et dans la chapelle, les très beaux vitraux du XVe siècle représentant l'Annonciation et l'Assomption de la Vierge ainsi que la tapisserie de Yoki représentant le Buisson ardent (1986). Le chœur est fermé par une grille de fer forgé de la fin du XVe ; la serrure y est particulièrement remarquable ; un calvaire des XVe et XVIIe siècles la surmonte. Dans le chœur, vingt-quatre stalles du XVe siècle représentent, par groupes de deux, les douze prophètes (coiffes et chaussures originales) et les douze apôtres (auréolés et pieds nus). L'Assomption en bronze qui surmonte l'autel est de Remo Rossi (1956). À gauche, on peut admirer le retable, sculpté en 1515, représentant l'Assomption entre saint Jean et saint Etienne Le grand vitrail du chœur est un verre peint de la fin du XIXe siècle. Il représente 6 étapes de la Glorification de la Vierge. Ce vitrail a obtenu une

	médaille de bronze à l'Exposition Universelle de 1889 à Paris. Le vitrail de droite illustre «le peuple de Romont et ses protecteurs savoyards implorant les bénédictions divines sur le Cité et le Pays » (œuvre de Broillet, 1917). Quittons le chœur pour nous diriger vers la nef latérale gauche. La chaire sculptée date de 1520 et représente une Assomption et les Pères de l'Église. De cet endroit, on peut admirer les vitraux de Cingria dans les fenêtres hautes de la nef centrale : une représentation très colorée des douze apôtres (1938). Les vitraux non-figuratifs de Sergio de Castro (1981) que nous allons découvrir maintenant (du chœur vers l'entrée) s'inspirent de l'Ancien Testament : *1ère fenêtre :* Jonas ; ébauche d'une rosace, symbole de vie éternelle (texte) ; *2e fenêtre :* Isaïe et l'arbre de Jessé ; fleur à six pétales, image de Marie ; *3e fenêtre :* Elie, le prophète au char de feu ; *4e fenêtre :* le Buisson ardent de Moïse (aspect de combustion et d'énergie) ; *5e fenêtre :* l'arche de Noé ; on peut y lire : "je mets mon arc dans la nuée et il deviendra un signe d'alliance entre moi et la terre". L'orgue de la Collégiale est du facteur Gonzalès, il a été achevé par M. Kuhn. Il date de 1938 et possède 54 jeux. Il a été entièrement relevé en 1995.
Grand-Rue	Avec la Rue de l'Église, la Grand-Rue est la rue commerçante de la cité. La largeur des rues fait partie des plans du fondateur de la ville qui destinait sa ville à accueillir le marché et des foires qui furent très courues jusqu'à l'aube du XXe siècle. **À voir :** La maison au n°20 a appartenu à la famille du chevalier Maillard dont le gisant repose à la collégiale. Le bâtiment de l'architecte fribourgeois Hertling de style néogothique à la Grand-Rue 18. **L'ancien hôpital** à la rue de l'Église 74. Le seul hôpital n'ayant jamais abrité que des biens portants leur but étant principalement de nourrir des pauvres. Un autre hôpital fût construit à Billens. L'ensemble de bâtiments construits par l'architecte Josef-Emmanuel Hochstättler de Fribourg, de la rue de l'Église 73 à la Collégiale, datant tous deux du XIXe siècle.
Hôtel de Ville	L'Hôtel de Ville (1955) a remplacé la Maison de ville de 1750, entièrement détruite par un incendie en novembre 1948. Ce bâtiment est protégé car c'est l'un des rares témoins du modernisme des années 1950 dans le canton de Fribourg.
Maison St-Charles	Ancien pensionnat pour garçon, ouvert le 1er octobre 1884 et fermé en 1973. Il était également appelé la Maison des rats, car il fut un temps infesté

	par les rats. Encore aujourd'hui, la tradition de clôture des cours est de chanter la chanson de la ratière. Dans la cour se trouve une chapelle, un véritable « joyau », construite par le Groupe St-Luc.
Remparts	Érigés à partir du milieu du XIIIe siècle, ils délimitent la ville fondée par Pierre de Savoie. Longs de 1500m, les remparts ont perdu leurs trois tours-portes aux entrées de la ville (porte de Fribourg, Billens et Mézières) et leurs chemins de ronde couverts, détruit au XIXème siècle. Les quatre tours flanquant encore la muraille nord-ouest sont les derniers témoins des ouvrages qui renforçaient ce système défensif. Au Moyen Âge, on percevait un impôt sur la vente de vin - l'umgeld ou le longuel - pour l'entretien de cette enceinte fortifiée. Il était aussi obligatoire d'entretenir son jardin qui donnait sur les remparts, ou on risquait l'expropriation. Des remparts, on peut admirer les Préalpes fribourgeoises, puis les Alpes, des Dents du Midi au Mont-Blanc, le pays de Glâne et le Jura.
Tour des Béguines	Ou Tour du Grainetier Probablement reconstruite après l'incendie de 1589, elle est considérée comme un vestige d'une première enceinte nord-ouest. Signalée comme grenier au XVIe siècle déjà, certainement pour les réserves de l'ancien hôpital de Romont qui se situait en contrebas sur l'actuelle Place St-Jacques, elle fut utilisée comme tel jusqu'au milieu du XIXème siècle, elle accueillit ensuite une laiterie, des salles de classe et une cuisine militaire. Les Béguines étaient des femmes qui consacraient leur vie au Christ en se mettant au service des pauvres.
Tour de Billens	Ou Tour du Midi Cette tour, construite probablement avant le XIVe siècle, est couronnée de puissants mâchicoulis, analogues à ceux de la tour de Dürrenbühl à Fribourg, réalisée vers 1400.
Tour à Boyer	Aussi appelé petit donjon du comte Pierre II de Savoie. Anciennement appelée le "Petit Donjon", la Tour à Boyer est formée de 12'500 blocs de pierre dure, dans le but d'être utilisée comme carrière. Elle a été élevée au XIIIe siècle et a servi de château d'eau tout au long du XXe siècle. Il s'agissait à l'origine d'un château complet avec enceinte et corps de logis. Jusqu'en 1880, elle n'était pas accessible que par deux portes percées à mi-hauteur. Mise aux enchères en 1801, elle fut achetée par un certain Boyer, d'où son nom actuel. Diamètre à la base 12,70m, au sommet 11,70m Épaisseur à la base 3,10m, au sommet 2,60m Hauteur totale 38m.
Tour de Fribourg	Construite en blocs de molasse, sur plan circulaire et percée de canonnières, elle défendait l'une des trois entrées fortifiées de la cité. Elle

	constitue un témoin des améliorations apportées aux fortifications après la soumission de la ville à Leurs Excellences de Fribourg, en 1536. Elle accueille aujourd'hui des expositions.
Tour du Sauvage	Ou Tour de la Cuernaire Cette tour carrée, autrefois ouverte du côté ville, remonte au XIVe siècle, comme en témoigne sa base en moellons. Le niveau supérieur, avec ses assises de molasse, date vraisemblablement de la seconde moitié du XVIe siècle. Le Nom de Tour du Sauvage vient de l'Auberge du Sauvage qui se trouvait en face. La tour est actuellement un espace culturel qui accueille, durant l'été, artistes et artisans ainsi que des soirées de contes, de musique ou de théâtre à l'enseigne des Jeudis du Sauvage.
PERSONNES ET GROUPES CONNUS	
Groupe St-Luc 1920-1950	Entre les deux Guerres Mondiales, l'architecte et constructeur d'église **Fernand Dumas** emmène autour de lui Gino Severini et Saint Grilla, deux peintres de mobilier liturgique, d'ornements et de vitraux. Ensemble ils vont proposer un renouveau de l'art religieux et refaisant énormément d'églises. Romont devient leur base et donc énormément d'artistes internationaux très compétents dans le domaine viennent à Romont autour de Fernand Dumas. Ce dernier construit presque une église par année, dans un style propre à lui-même. Le groupe St-Luc apporte une grande importance au vitrail et lorsque la Collégiale est reconstruite, eux, « les meilleures dans le domaine », qui s'en chargent. De même que la chapelle St-Charles, qui est un « bijou » du groupe St-Luc. Les décentrant de ce groupe sont Yoki, qui finit les verrières de la Collégiale, et De Castro s'occupe de la Fille-Dieu.
Fernand Dumas	Architecte non diplômé, **Fernand Dumas** (1892–1956) étudie au Technicum de Fribourg et à Munich, avant d'ouvrir en 1922 un bureau d'architecte à Romont (FR). Actif dans le canton de Fribourg, mais aussi dans l'ensemble de la Suisse romande, il est surtout connu pour les nombreuses églises qu'il a construites, notamment St-Pierre et le Christ-Roi à Fribourg, les églises d'Orsonnens et Mézières (FR), les chapelles catholiques de Lutry et La Sarraz (VD), ou transformées (Notre-Dame-du-Valentin à Lausanne, l'église de Finhaut). Il participe aussi, avec Denis Honegger, à la construction de l'Université Miséricorde de Fribourg (1938–1941). Il est le cofondateur, avec Alexandre Cingria, du groupe de St-Luc et de St-Maurice (section romande), dont il est l'architecte le plus actif. Comme les autres artistes de ce groupe, il considère comme une nécessité l'intégration des arts dans l'architecture et le renouveau de l'art religieux, qu'il veut plus proche de la modernité et des fidèles.
Père Maximilien Badoux	Le Père Badou était supérieur de l'hospice des Capucins de Romont et est originaire de Romont. C'est lui qui fait construire le couvent et l'église des Capucins.

	Il édite un livre d'Apollinaris Roy, dont le portrait se trouve sur un des vitraux des Capucins. Il était aussi prédicateur, fin lettré, écrivain et poète.
HISTORIQUE DE RUE	
	L'isolement de la ville de Rue a participé à la gardé intacte au fil des siècles. Sa position en hauteur en fait un poste d'observation optimal. C'est sûrement pour cela que Pierre de Savoie a décidé d'en faire un point stratégique. La première mention du château de Rue (*Castrum rote*) date de 1152, sa construction est plus récente. La ville, elle, fût construite entre 1264 et 1271. Au XIIIème siècle, il n'y avait pas encore d'église et il fallait aller jusqu'à celle de Promassens pour baptiser les nouveau-nés. Selon la légende, beaucoup d'entre eux périrent en hiver par le froid. Rodolphe était alors seigneur de Rue et vassal du compte de Genevois auquel il rendait hommage. On ignore l'origine de cette dépendance évidemment très ancienne. Pierre de Savoie, qui possédait déjà Moudon et Romont voulut avoir Rue. La ville se défendit, la lutte et le siège furent très durs et les Savoyards finirent vainqueurs. L'annexion de la seigneurie de Rue au baillage de Vaud fut faite vers 1260. Pierre de Savoie fit alors relever les décences du château. La maison de Savoie gouverna Rue durant trois siècles. À la suite des batailles de Bourgogne, Rue se soumis à Fribourg en 1536. Les baillis se succédèrent sans encombre. En 1797, Rue est traversée par l'armée française qui avance sur Fribourg. Après la défaite du Sonderbund, le canton de Fribourg entre dans l'État fédéral en 1848. Le château fût vendu par l'état à des privés en 1873. **Liens entre Romont et Rue durant le Moyen Âge :** Les deux villes sont des châtelainerie des Savoie. Elles ont les deux exactement le même statut, sont au même niveau et sont le même type de ville. Romont ne domine pas Rue malgré qu'elle soit plus grande. Elles sont les deux assez autonomes et ne fonctionnent pas ensemble, sauf en cas de danger. Elles se rencontrent régulièrement pour discuter lors de l'assemblée des États de Vaud. Cette assemblée qui rassemble les délégués de chaque ville de la région est convoquée uniquement quand on devait répondre à un requête du compte ou duc de Savoie (partir en guerre, donner de l'argent,…). D'autre part, Rue est aussi une ville étape qui contient un marché. Les deux villes font donc partie du même réseau, elles ont donc un certain lien de solidarité.

TRADITIONS	
Procession des Pleureuses	1456 est la date la plus lointaine qui mentionne le Mystère de la Passion qui se jouait à Romont lors de la semaine sainte. La pièce fut supprimée en 1755 et remplacée par une Procession du Vendredi-Saint d'hommes portants la croix et de femmes habillées de noir qui se déroulait à travers la ville. Cette procession a évolué au cours des années. Aujourd'hui, après la liturgie du Vendredi saint, célébrée devant l'imposante collégiale, un porteur de croix, la tête recouverte d'un carré de tissu noir, et une vingtaine de femmes elles aussi habillées et voilées de noir, les Pleureuses, commémorent le chemin de la Passion et de la crucifixion de Jésus. Elles présentent, délicatement posés sur des coussins écarlates, les instruments de la Passion du Christ - couronne d'épines, pinces, clous, marteau, verges et fouet. Priant et psalmodiant, le sombre cortège marche lentement à travers la ville haute, s'arrêtant pour une courte oraison aux quatorze stations qui jalonnent, jusqu'au Golgotha, le calvaire du Christ.
Les Tapolets	Du jeudi saint au samedi saint, on prétend que les cloches se rendent à Rome et laissent les clochers muets. Pour les remplacer, on se sert, dans les deux cités médiévales, d'étranges instruments munis d'une manivelle qui soulève des marteaux en bois, les Tapolets. À ce jour, ce rituel, très rare en Suisse, ne se pratique qu'à Grimentz, à Romont et à Rue. À Rue, les enfants se rassemblent en cortège et parcourent la petite ville avec leurs Tapolets. Ils sont récompensés par les friandises que leur offrent les habitants. Alors qu'à Romont, c'est à la Collégiale que l'on actionne ces crécelles géantes, pour annoncer angélus et offices.

Annexe III : Sites touristiques culturels

Source : www.romontregion.ch (2016), www.vitromusee.ch (2016)

Le château et le Vitromusée, Romont

Le château de Romont est de type savoyard. Il fut construit au milieu du XIIIème siècle par Pierre de Savoie. Il abrite aujourd'hui la préfecture du district de la Glâne ainsi que le Vitromusée et le Vitrocentre. Il n'est donc pas possible de le visiter en tant que château, cependant la cour et le chemin de ronde sont accessibles.

Le Vitromusée, Musée Suisse du Vitrail et des Arts du verre, présente une collection de vitraux du Moyen Âge à nos jours. Le Musée propose aussi la découverte de la peinture sous verre par le biais d'une collection d'œuvres exceptionnelles. Il organise également des ateliers et démonstrations dans son atelier.

Les remparts, Romont

Des remparts de 1500 mètres, jalonnés de quatre tours, entourent la totalité de la vieille ville de Romont. Ils sont accessibles à tous et offrent une petite balade avec une vue panoramique sur la région.

La Collégiale Notre-Dame de l'Assomption, Romont

La Collégiale de Romont est de style gothique et remplie de vitraux de grande qualité du Moyen Âge à aujourd'hui. Elle date du XIIIème siècle, mais a été en grande partie rénovée suite à l'incendie de 1434.

L'église des Capucins, Romont

L'église des Capucins fut construite en 1747 par l'ordre des Capucins qui l'utilisa jusqu'à son départ de la ville en 1979. Après sa rénovation en 2010, l'église est utilisée pour accueillir des spectacles, concerts, expositions et autres évènements culturels.

La Tour du Sauvage, Romont

La Tour du Sauvage, datant du XIVème siècle, se situe le long des remparts de la ville de Romont. Elle accueille chaque été des expositions et des spectacles en tous genres.

La Tour de Fribourg, Romont

La Tour de Fribourg se trouve également le long des remparts. A l'époque, elle défendait l'une des trois entrées fortifiées de la ville. Elle accueille aujourd'hui des expositions temporaires.

Le Couvent de la Fille-Dieu, Romont

Le Couvent de la Fille-Dieu a été fondé en 1266 par trois jeunes filles. Il est encore habité aujourd'hui par des sœurs. Il est possible d'en visiter l'église qui recèle des vitraux modernes.

Le château et la vieille ville de Rue

Rue est également une ville médiévale datant de la période Savoyarde. Elle se situe sur une colline et est considérée comme la plus petite ville d'Europe. En son sommet se trouve un château, qui n'est cependant pas ouvert au public. Une balade historique a été mise en place dans la ville et ses alentours pour faire découvrir son patrimoine historique.

Le Musée du Papier peint, Mézières

Le château de Mézières abrite aujourd'hui le Musée du Papier peint. Un musée atypique qui propose une exposition permanente ainsi que de nombreuses expositions temporaires. Le musée organise également plusieurs évènements et ateliers durant l'année.

Les différentes églises de la région

La région recèle des églises et des chapelles qui offrent une collection unique de vitraux. On en trouve, entre autres, à Romont, Mézières, Grangettes et Berlens. Ces églises peuvent être visitées le long du Sentier du Vitrail.

Annexe IV : Questionnaire autocaristes

Source : Données de l'auteure

1. Connaissez-vous la ville de Romont et sa région et ce qu'elle offre au niveau touristique ?

Répondant	oui	non
1	1	
2	1	
3	1	
4	1	
5		1
6	1	
7	1	
8	1	
9		1
10		1
Total	7	3

Suisses allemands

2. Si oui, quelles offres connaissez-vous ?

Répondant	Vitromusée	Ville médiévale	Restaurants
1	1	1	
2	1		
3	1		
4	1		
5			
6	1		
7	1		1
8	1		
9			
10			
Total	7	1	1

3. Organisez-vous des excursions à Romont ? Environ combien par année ?

Répondant	Non	1-2x/année	Jusqu'à 5x/année	Jusqu'à 20x/année	
1		1			
2		1			
3			1		
4			1		
5				1	toujours très peu
6		1			
7		1			
8	1				
9		1			
10	1				
Total	2	5	2	1	

4. Si oui, que ce que vous y proposez ?

Répondant	Visite du VM	Visite de la ville	Restaurants	Juste le transport
1	1	1		
2	1			
3	1		1	1
4	1			
5				1
6	1		1	
7	1		1	
8				
9				1
10				
Total	6	1	3	3

5. Organisez-vous des voyages dans la ville de Gruyères ou celle de Morat ?

Oui pour tous les répondants

6. Si oui, que-ce que vous y proposez ?

Répondant	Visite du Château (Gruyères)	Visite libre de la ville (Gruyères)	Gastronomie/Spécialités (Gruyères)	Maison Cailler	Moléson	Fromagerie (Gruyères)	Croisière (Morat)	Ville/ Shopping (Morat)	Pause-café/Brunch (Morat)
	5	6	7	5	1	3	3	1	2
1	1	1	1						
2		1		1	1				
3	1	1	1					1	
4	1		1				1		1
5			1	1		1			
6		1	1				1		
7	1		1	1					
8				1		1	1		1
9		1		1		1			
10	1	1	1						
Total	5	6	7	5	1	3	3	1	2

7. Que ce que vos clients recherchent dans ce genre de villes médiévales ?

Répondant	Être surpris (insolite)	Visite de la ville	Gastronomie/Spécialités	Temps libre	Shopping	Manifestations	Visite culturelle	Adapté aux aînés	
1						1			
2		1							
3			1	1	1				
4									Dépend du groupe
5								1	
6	1								Offre combinée et variée
7	1		1						
8			1				1		
9		1	1						
10		1	1				1		
Total	2	3	5	1	1	1	2		

Annexe V : Questionnaire familles

Source : Données de l'auteure

1. Est-ce que vous connaissez la ville de Romont ?

Répondant	oui	non
1	1	
2	1	
3	1	
4	1	
5	1	
6		1
7	1	
8	1	
9	1	
10	1	
Total	9	1

2. Est-ce que vous y êtes déjà allé ?

Répondant	oui	non
1	1	
2	1	
3	1	
4	1	
5	1	
6		1
7	1	
8	1	
9		1
10		1
Total	7	3

3. Si oui, dans quel but ?

Répondant	De passage	Visite de famille/ami	Visite touristique	Evènement touristique	Affaire
1		1			
2			1		
3	1				
4				1	
5	1				
6					
7					1
8		1			
9					
10					
Total	2	2	1	1	1

4. Savez-vous ce qu'il y a à faire et à voir à Romont et dans la région, au niveau touristique ?

Répondant	non	Vitromusée	Château	Remparts	Carnaval
1	1				
2	1				
3	1				
4			1		1
5	1				
6	1				
7	1				
8		1		1	
9	1				
10	1				
Total	8	1	1	1	1

5. Êtes-vous attirés par le thème du médiéval ?

Répondant	oui	non	
1	1		
2		1	
3	1		
4	1		
5		1	Assez vu
6	1		Avec les enfants
7	1		
8	1		
9	1		
10		1	
Total	7	3	

6. Que-ce qui vous attire à Gruyères ?
Gastronomie, décors, culture, musées

7. Que recherchez-vous lors d'une sortie en famille (1 à 2 jours max) ?

Répondant	Balades	Monuments historiques	Découverte/ nouveautés	Détente	Activités ludiques/ éducatives	Nature/ extérieur	Beaux paysages	Activités sportives	Parc à thème	Activités pour les grands et les petits	Grande variété d'activités (culture + balades + jeux)	Spécialités culinaires
1	1	1										
2	1	1										
3	1		1	1								
4		1	1		1							
5										1	1	
6	1				1	1	1					
7	1				1			1	1	1		
8		1		1		1				1		1
9	1				1					1		
10	1					1		1				
Total	7	4	2	2	4	3	1	2	1	4	1	1

8. Faites-vous souvent des sorties ou excursions en famille hors de votre ville (1-2 jours max) ?

Répondant	Presque jamais	env. 1x/2 mois	env. 1x/mois	Plus d'1x/mois
1			1	
2			1	
3			1	
4		1		
5	1			
6			1	
7				1
8			1	1
9	1			
10			1	
Total	2	1	6	2

9. Comment vous déplacez vous lors de ces excursions ?

Répondant	Voiture	Transports publics	Le plus pratique	
1		1		
2			1	
3	1			
4		1		Importance de la fréquence des trains et de l'accessibilité
5				
6		1		
7			1	
8	1			
9				
10	1			
Total	3	3	2	

10. Combien de temps êtes-vous prêt à voyager pour une sortie d'une journée (aller-retour) ?

Répondant	Jusqu'à 1h	Jusqu'à 2h	Jusqu'à 3h	Plus de 3h
1		1		
2			1	
3				1
4			1	
5				
6			1	
7		1		
8	1			
9				
10		1		
Total	1	3	3	1

Annexe VI : Chasse au trésor à Estavayer-le-Lac

Source : Estavayer-le-Lac Payerne et région (2016)

N° 1

N° 2

N° 3

N° 4

N° 5

Le principe du rallye : Hyper simple !!!!

Das Prinzip der Rallye : supereinfach !!!!

Vous devez retrouver les treize photos du dépliant et les localiser dans la ville d'Estavayer-le-Lac.

Vous disposez d'un plan de ville au verso, sur lequel sont indiqués les emplacements des photos. Identifier quelle photo se trouve à quel endroit et reportez leur numéro sur le plan au fur et à mesure de votre expédition.

Une fois votre mission accomplie, retournez à l'Office du tourisme pour contrôler vos réponses.

Finden Sie die dreizehn Fotos aus dem Prospekt im Städtchen von Estavayer-le-Lac.

Als Hilfe dient der Stadtplan, auf dessen Rückseite die Standorte die Fotos angegeben sind. Finden Sie heraus, an welchem Ort sich welches Foto befindet und übertragen Sie die Nummern des fotografierten Objektes eine nach der andern auf den Plan.

Kehren Sie nach der Erfüllung des Auftrags zum Tourismusbüro zurück und überprüfen Sie Ihre Lösungen.

Amusez-vous bien !
Viel Spaß !

ESTAVAYER-LE-LAC
PAYERNE
ET REGION
L'accord parfait

Rallye à travers la ville...

...Rallye durch die Stadt

Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme
Rue de l'Hôtel de ville 5
CH - 1470 Estavayer-le-Lac
Tél. +41 (0)26 662 66 80
tourisme@estavayer-payerne.ch
www.estavayer-payerne.ch

Nº 6

Nº 7

Nº 8

Nº 9

Nº 10

Nº 11

Nº 12

Nº 13

Annexe VII : Chasse au trésor à Morat

Source : Region Murtensee Lac de Morat (2016)

Morat Murten

City Treasure Hunt

Une chasse au trésor à Morat

Pour enfants et familles

Bienvenue à Morat!

A l'aide du plan de la ville et des photos sur le questionnaire, trouve les différents points dans Morat. Pendant la chasse au trésor, plusieurs questions te seront posées.

Pour chaque question, trois réponses possibles te seront proposées. Coche la réponse correcte et reporte la lettre placée au-dessus de la solution dans le tableau situé sur cette page du questionnaire. Après avoir rempli tout le tableau, tu obtiendras le mot-clé.

C'est parti

Mot-clé

Question	1	2	3	4		5	6	7	8		9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Réponse correcte										-										

Rends-toi à l'Eglise Allemande.

1. Quelle personnalité célèbre de Suisse cette statue représente-t-elle?

T	A	D
☐ Jeremias Gotthelf	☐ Charles le Téméraire	☐ Martin Luther

2. La maison qui se situe derrière toi est la maison où cet homme a vu le jour. Quand est-il né?

O	I	S
☐ 1797	☐ 1908	☐ 1922

3. Trouve cette inscription.

Sur quelle pierre se situe-t-elle?

I	U	T
☐ tout à gauche	☐ troisième pierre depuis la gauche	☐ tout à droite

Cherche maintenant les escaliers des remparts et monte tout en haut.

4. Sur le toit de quel bâtiment se trouve cette étoile?

R	C	P
☐ Eglise allemande	☐ Hôtel de Ville	☐ „Rübenloch“

5. D'où peut-on voir cette cheminée?

S	N	A
☐ Remparts	☐ Rue de l'Eglise Française	☐ Château

6. Comment s'appelle cette tour?

A	E	C
☐ Porte de Berne	☐ Tournaletta	☐ Tour de la prison

7. Combien de tours possèdent les remparts?

S	H	M
☐ 5	☐ 21	☐ 12

8. Où se trouve cette horloge?

N	I	H
☐ Porte de Berne	☐ Escaliers des remparts	☐ Château

9. Combien d'escaliers montent aux remparts de la ville de nos jours?

I	C	G
☐ 1	☐ 2	☐ 3

10. Comment s'appelle cette ruelle?

A	S	I
☐ Rue de l'Eléphant	☐ Mühleweg	☐ Speichergasse

11. Comment s'appelle ce bâtiment?

F	A	R
☐ Cure Allemande	☐ Cure Française	☐ „Rübenloch“

12. Que trouve-t-on dans ce château?

T	D	C
☐ Hôtel de Ville	☐ Tribunal	☐ Préfecture

13. Où se trouve ce canon?

U	Z	G
☐ Cour du château	☐ Remparts	☐ Rue principale

14. Quel calibre possède ce canon?

L	P	O
☐ 12cm	☐ 15cm	☐ 11cm

15.Auprès de quel bâtiment se trouve ce passage?

A	Z	E
☐ Hôtel de Ville	☐ Police de la ville	☐ Porte de Berne

Rends-toi maintenant sur la place derrière l'Eglise Française.

16. Pars de la station météo et fais 30 pas en direction du sud-ouest. Auprès de quel arbre te tiens-tu maintenant?

N	Z	I
☐ au premier	☐ au deuxième	☐ au troisième

17. De l'autre côté du lac, vous apercevez le Mont-Vully. Comment s'appelle cette colline en allemand?

R	M	T
☐ Wistenlach	☐ Jura	☐ Bodenmünzi

18. A combien de mètres au-dessus de la mer te trouves-tu actuellement?

M	N	E
☐ 434.86 m	☐ 431.63 m	☐ 459.30 m

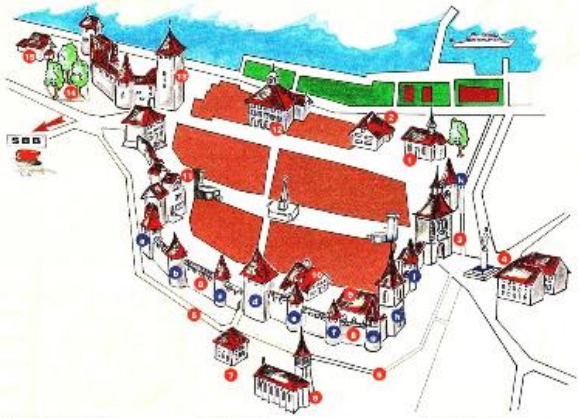
Félicitations! Tu as répondu à toutes les questions.

Mais est-ce que ton mot-clé est vraiment le bon???

Rends-toi au bureau de l'office du tourisme et découvre-le! Si tu as trouvé le mot correct, tu recevras un petit trésor en souvenir de Morat.

Morat Tourisme, Französische Kirchgasse 6, 3280 Murten
Tel: +41 (0)26 670 51 12, info@murtentourismus.ch, www.murten.ch

MURTEN - MORAT



Sehenswürdigkeiten
1 Französische Kirche
2 Französisches Pfarrhaus
3 Berntor
4 Primarschulhaus, davor Bubenberg-Brunnen
5 Stadtgraben
6 Römisch-katholische Kirche
7 Katholisches Pfarrhaus
8 Ringmauer und Türme
a) Hexenturm / Roter Turm
b) Totentanz
c) Kleiner Schimmel
d) Grosser Schimmel (mit Rathaus-Uhrwerk)
e) Tournaletta
f) Pfaffenturm
g) Namenlose Türme
h) Dt. Kirchturm
i) Pulverturm
k) Zerschossener Turm
9 Deutsche Kirche
10 Deutsches Pfarrhaus
11 Rübenloch
12 Rathaus
13 Schloss
14 Lindensaal
15 Historisches Museum Murten

Curiosités
1 Eglise française
2 Cure française
3 Porte de Berne
4 Ecole primaire, fontaine avec la statue d'Adrien de Bubenberg
5 Ravin
6 Eglise catholique
7 Cure catholique
8 Remparts et tours
a) Tour des sorcières
b) Tour neuve
c) Kleiner Schimmel
d) Tour de la prison (Horlogerie de l'Hôtel de ville)
e) Tournalette
f) Pfaffenturm
g) Tour semi-circulaire
h) Tour de l'église allemande
i) Poudrière
k) Tour chaudrey
9 Eglise allemande
10 Cure allemande
11 Rübenloch
12 Hôtel de ville
13 Château
14 Place des tilleuls
15 Musée historique de Morat

Tourist Attractions
1 French church
2 French rectory
3 Tower of Berne
4 Primary school, fountain with Bubenberg statue
5 Moat
6 Catholic church
7 Catholic Presbytery
8 Town walls and towers
a) Witch's tower / Red tower
b) New tower
c) Small Schimmel
d) Large Schimmel (with town hall clock mechanism)
e) Tournaletta
f) Pfaffen tower
g) Unnamed towers
h) German church tower
i) Powder tower
k) Zerschossener tower
9 German church
10 German rectory
11 Rübenloch
12 Town Hall
13 Castle
14 Lindensaal
15 Historical Museum Murten

Stadtrundgänge – *Visites guidées* – Guided tours
Erleben Sie Murten bei einem auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Stadtrundgang.
Découvrez la ville de Morat ! Nous vous proposons nos visites guidées sur mesure
Discover Murten! Guided city tours according to your plans

Kennen Sie Murtour?
Ausgerüstet mit Walkman und Stadtplan entdecken Sie das Stadtli in deutscher Sprache auf eigene Faust.

Information und Reservation: Murten Tourismus, Telefon: +41 (0)26 670 51 12, info@murtentourismus.ch

Annexe VIII : Brainstorming

Source : Données de l'auteure

Chasse au trésor ou résolution d'énigme/crime dans la ville

Exemple de Porrentruy : Clés magnétiques qui permettent d'ouvrir des endroits inédits

Jeux où il faut rechercher des choses dans les vitrines des commerçants

Izi travel : audio guides

Parcours urbain :

- Par post
- En utilisant par exemple les escaliers
- Ecureuil qui monte aux arbres

Parcours aventure en ville :

- Sur ou entre les différents monuments
- Sur les bords de la colline
- Faire des postes
- Chaque poste représente un évènement de l'histoire de Romont (ex. incendie -> tyrolienne pour fuir la ville)

Mettre en scène les lieux historiques

Projet de décorations en verre avec une école d'art

Réalité augmentée pour voir les monuments comme ils étaient avant ou une scène en particulier (ex. incendie à Romont)

Caléidoscope géant :

- On peut entrer à l'intérieur
- Les visiteurs doivent actionner une manivelle pour que le caléidoscope bouge
- On peut s'assoir dessus

Œuvres sur le thème du vitrail par plusieurs artistes nationaux et internationaux

Musée en plein air le long des remparts

Fête ou activités avec d'autres destinations comme Moudon, Oron ou Lucens

Déclaration de l'auteure

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Florian Defferrard, Frédéric Perritaz, Frédéric Voeffrey et Joëlle Nicolet.