

Communiqué de presse

Embargo : vendredi 1^{er} avril 2022, à 12h00

Il paraît que tu as perdu le goût...

1^{er} avril 2022. Fort de l'expérience de l'an dernier, le tourisme fribourgeois regroupe ses forces dans une action de promotion d'envergure, lancée ce 1^{er} avril. Sous le thème « Il paraît que... », le concept joue de manière décalée sur les stéréotypes fribourgeois et les habitudes prises durant la pandémie. En priorité digitale, la campagne comprend aussi un grand concours avec 150 séjours pour deux personnes à la clé et une distribution de cuchaules dans les gares. Destinée au marché suisse, la démarche bénéficie du soutien du plan de relance du canton de Fribourg, des organisations touristiques régionales, de Fribourgissima Image Fribourg et des partenaires touristiques.

Au printemps 2021, à l'initiative de l'Association fribourgeoise des hôteliers (AFH), de Fribourgissima Image Fribourg et de l'Union fribourgeoise du Tourisme (UFT), les principales faîtières et associations liées au tourisme se sont mobilisées pour lancer une campagne commune de promotion. Selon l'adage « Ensemble, on est plus fort », les partenaires du tourisme fribourgeois renouvellent leur coopération ce début avril dans le but de retrouver une fréquentation et un volume d'affaires semblable aux années d'avant la crise sanitaire.

Un ton léger et décalé

En continuité du slogan « Vrai, pour de vrai ! », le message se décline sur deux axes. Une approche positive et bien réelle en faisant référence aux stéréotypes fribourgeois dans un premier temps, puis l'utilisation de la dérision afin de toucher le public dans ses réflexes et autres effets de la pandémie : « *Il paraît que tu as perdu le goût... Ravive tes sens dans le canton de Fribourg, pour de vrai !* ». La campagne se veut donc décalée tout en invitant les Suisses à retrouver le chemin de l'authenticité et de la convivialité fribourgeoises.

Dans l'esprit de solidarité et de cohésion face aux turbulences rencontrées par la branche touristique, une vidéo regroupe les divers partenaires de la campagne. Là également les clichés se heurtent à la réalité des valeurs fribourgeoises. Au vu du succès remporté l'an dernier avec plus de 26'600 participants, un concours offre à nouveau 150 séjours, pour deux personnes, dans le canton de Fribourg. Les gagnants bénéficient de prestations d'une valeur de 550 francs, sous forme de bons, d'entrées, de libres-parcours et d'une spécialité du terroir qui leur est adressée en avant-goût de leur séjour. Une page internet est dédiée au concours communiqué également online.

La cuchaule AOP comme ambassadrice

Les actions de promotion se déclinent sous de multiples formes afin de toucher au plus près les passionnés de nature, de culture ou de gastronomie. Rendez-vous est pris au petit matin dans plusieurs gares du pays pour une distribution gourmande de cuchaules. Avant tout digitale, la campagne utilise les multiples canaux de diffusion à disposition, qu'ils soient payants ou non. Les posts d'une dizaine de vidéos devraient générer une belle interaction sur les réseaux sociaux des destinations et des divers partenaires de la campagne. Sous un des thèmes « *Il paraît que... Fribourg est un extraordinaire terrain de jeu* », cinq nouvelles pages proposent sur le site de Fribourg Région les meilleurs plans touristiques du printemps.

Au bénéfice du plan de relance

Cette action commune de promotion dispose d'un budget de 400'000 francs. Elle peut compter sur l'important soutien du plan de relance de l'Etat de Fribourg pour lutter contre les effets de la crise du coronavirus. Le financement comprend également une contribution de 100'000 francs de Fribourgissima Image Fribourg, impliquée dans la gestion de la campagne. Le Fonds de marketing touristique coordonné contribue au budget dans le cadre d'un projet commun des Organisations touristiques régionales (OTR). Cette 1^{re} vague printanière sera suivie de la propre campagne été de Fribourg Région et ses régions partenaires, servant à renforcer encore le message d'accueil et d'authenticité du canton.

Vidéos et photos sont disponibles sur le lien suivant : www.fribourgregion.ch/cp-marketing

Personnes de contact :

Pierre-Alain Morard, Directeur de l'Union fribourgeoise du Tourisme,
tél. 075 434 97 96, secretariat@fribourgregion.ch.

Christophe Renevey, Directeur adjoint en charge du marketing de l'Union fribourgeoise du Tourisme,
tél. 079 321 03 45, christophe.renevey@fribourgregion.ch.

