

Fribourg, le 28 novembre 2022

«Fribourg, terre de valeurs» :

Le canton de Fribourg lance sa nouvelle marque territoriale

L'association Fribourgissima, forte de ses 14 partenaires, lance aujourd'hui la nouvelle identité de marque du canton de Fribourg. De la gastronomie à l'économie, en passant par le tourisme, la culture ou le sport, tous les aspects du canton bilingue sont mis en avant sous le slogan « Fribourg, terre de valeurs - Freiburg, Land der Werte - Fribourg, land of values ». Fribourg est synonyme d'authenticité, de convivialité mais aussi d'innovation. En créant cette nouvelle marque, les partenaires entendent consolider et renforcer la démarche collective de promotion du canton, initiée il y a 10 ans avec la création de Fribourgissima.

Par le lancement de la marque, l'association Fribourgissima renforce son action pour mettre en avant le canton, ainsi que les prestations et produits fribourgeois. Portée et gérée par Fribourgissima et ses partenaires, la nouvelle identité sera mise à disposition des acteurs économiques, touristiques, culturels, sportifs, etc., comme support commun de marketing territorial pour notre canton.

Fribourg, un canton où une poignée de main vaut plus qu'un like

Fribourg est un canton qui honore ses valeurs. Celles-ci se reflètent dans de nombreux domaines comme le sport, la culture, l'économie, le tourisme ou la gastronomie. La nouvelle identité de marque est lancée par l'association Fribourgissima en collaboration avec l'agence de communication by the way studio, basée à Fribourg et à Thoun. La nouvelle campagne d'image présente les particularités du canton, en utilisant les moyens de communication les plus modernes, tout en prouvant qu'à Fribourg, une poignée de main vaut toujours plus qu'un like sur les réseaux sociaux.

Un nouveau logo emblématique ...

Convivialité, créativité, humilité, curiosité, respect, sincérité et authenticité sont les mots clés de l'identité de marque fribourgeoise. Pour toutes ces valeurs, le canton de Fribourg offre un terreau idéal. Le nouveau logo de Fribourg incarne ce terreau fertile. Les couleurs utilisées dans le logo de la marque sont celles du canton. Le «I» et le «B» du mot « FRIBOURG » sont composés d'un trait d'union et d'un cœur et ont une symbolique particulière. Le trait d'union représente le lien entre les cultures romandes et alémaniques, mais aussi le terreau de l'innovation et de la créativité. Le cœur reflète l'émotionnel, l'appartenance, le plaisir et les valeurs communes. La nouvelle marque se décline autant en français qu'en allemand ou en anglais.

... porté par des ambassadeurs fribourgeois

Dans le cadre de la campagne de communication autour de l'image du canton de Fribourg, la championne olympique de ski freestyle Mathilde Gremaud, le musicien Gustav, les deux chefs Ben & Leo, ainsi que le lutteur Romain Collaud, ont accepté le rôle d'ambassadeurs. Ils porteront ainsi le nouveau logo de la marque Fribourg et contribueront à la faire connaître à travers leur rayonnement. Des contacts sont en cours avec d'autres personnalités. Les premières activités avec les ambassadeurs de la marque sont prévues en 2023.

Unir les forces

Trois partenaires de Fribourgissima ont d'ores et déjà décidé d'utiliser la nouvelle identité. Terroir Fribourg reprend le nouveau visuel pour son label Fribourg - regio garantie qui sera lancé cette semaine au Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle. Fribourg Région va délaisser son logo pour reprendre la nouvelle marque « Fribourg » dans ses campagnes touristiques dès le printemps prochain. Quant à la promotion économique, elle va intégrer la nouvelle marque dans son marketing territorial et dans le cadre de ses activités promotionnelles.

Un nouveau site internet commun verra le jour en reprenant l'adresse www.fribourg.ch, gérée actuellement par Fribourgissima, qui abandonnera dans la foulée son logo et son slogan actuels. La gestion des différents réseaux sociaux sera repensée. Une charte est en cours d'élaboration afin de définir les critères d'emploi de la marque par les différents utilisateurs.

Plusieurs actions de communication sont prévues pour lancer la nouvelle marque et la faire connaître d'abord aux Fribourgeois et Fribourgeoises : affichage à BlueFactory et à l'Hôtel Cantonal, annonces et online bannerings dans les médias cantonaux, publications sur les réseaux sociaux et clip video en font partie.

Financement en deux volets, soutenu par l'État de Fribourg

Le projet de la nouvelle identité est financé en deux volets. L'association Fribourgissima prend en charge la communication générique autour de la marque, à hauteur de 400'000 francs par année. Ce montant est constitué des ressources de l'association, renforcées par un soutien de l'Etat de 500'000 francs, réparti sur les 4 prochaines années. Les partenaires financeront quant à eux leurs propres campagnes marketing en utilisant la marque dans leurs domaines respectifs, ce qui engendre un effet multiplicateur.

Contacts : **Danielle Gagnaux-Morel**, Chancelière d'Etat
danielle.gagnaux-morel@fr.ch, T. +41 26 305 10 42, M. +41 79 222 72 84

Pierre-Alain Bapst, Directeur de Terroir Fribourg
Pierre-Alain.Bapst@terroir-fribourg.ch, T. +41 26 467 30 31, M. +41 79 275 05 08

Pierre-Alain Morard, Directeur de l'Union fribourgeoise du Tourisme
pierre-alain.morard@fribourgregion.ch, T. +41 26 407 70 20, M. +41 75 434 97 96

Jerry Krattiger, Directeur de la Promotion économique
Jerry.Krattiger@fr.ch, T. +41 26 304 14 00, M. +41 79 406 34 85