



Valeurs de Fribourg

Freiburger Werte

Guide d'utilisation du label

Règles, bonnes pratiques et kit prêt à l'emploi pour valoriser votre label.

Leitfaden zur Nutzung des Labels

Nutzungsrichtlinien, Beispiele und publikationsfertige Inhalte zur optimalen Verwendung Ihres Labels.

1

Introduction

À quoi sert ce dossier

Ce document a pour ambition de guider les entités labellisées vers une utilisation optimale du label «Valeurs de Fribourg» afin de se positionner comme un acteur fortement attaché à la marque territoriale «Fribourg, Terre de valeurs» et qui porte ses valeurs. Il fournit des règles d'usage, des exemples et des contenus prêts à publier.

Einleitung

Wozu dient dieses Dokument?

Dieser Leitfaden hilft den Labelträgerinnen und -trägern dabei, das Label „Freiburger Werte“ optimal zu nutzen. Sie positionieren sich damit als stark mit der Dachmarke „Freiburg, Land der Werte“ verbundene und deren Werte vertretende Organisation. Der Leitfaden enthält Nutzungsrichtlinien, Beispiele und publikationsfertige Inhalte.

2

L'écosystème « Fribourg » et la place du label

Pourquoi « Valeurs de Fribourg » ?

Parce que c'est celui qui représente le mieux ce que vous êtes pour le territoire : des entreprises et des personnes qui font vivre Fribourg, qui incarnent les valeurs de notre canton, et qui s'engagent concrètement.

Le label n'est pas une signature marketing. C'est une preuve : il rend visible une démarche réelle, structurée. Il sert à distinguer celles et ceux qui s'impliquent, et à donner du poids à cet engagement dans la durée.

Le texte officiel du label :

Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée.

Das Ökosystem „Freiburg“ und die Rolle des Labels

Warum „Freiburger Werte“ ?

Weil es am besten widerspiegelt, was Sie für das Gebiet bedeuten : Unternehmen und Personen, die Freiburg mit Leben füllen, die die Werte unseres Kantons verkörpern und sich konkret engagieren.

Das Label ist keine Marketing-Signatur. Es ist ein Nachweis: Es macht einen realen, strukturierten Ansatz sichtbar. Es dient dazu, jene auszuzeichnen, die sich aktiv einbringen, und dieses Engagement langfristig zu würdigen.

Offizieller Text des Labels

Dieses Label zeichnet Unternehmen aus, die sich für die Werte des Kantons Freiburg engagieren, und bescheinigt ein strukturiertes, bewertetes und validiertes Vorgehen.



3

Outils

La labellisation vous donne accès à deux éléments distincts. Ils ne disent pas la même chose.

A — Le label «Valeurs de Fribourg»

- O'est une preuve d'engagement.
- Il demande une volonté et une implication pour y accéder.
- Il sert à dire : «nous sommes labellisés».
- Il se porte comme un sceau : sobre, institutionnel, crédible.

B — La marque territoriale

«Fribourg, Terre de valeurs»

- O'est une marque d'appartenance.
- Elle sert à dire: «nous sommes d'ici», «nous participons au territoire».
- Elle s'inscrit davantage dans un usage de communication (storytelling, campagnes, événements).

La règle simple

Pour attester une certification: utiliser le label. Pour affirmer l'ancrage : utiliser la marque territoriale.

Éviter d'utiliser les deux sur un même support si cela rend le message flou.

Werkzeuge

Die Labelvergabe verschafft Ihnen Zugang zu zwei unterschiedlichen Elementen, die nicht dasselbe aussagen.

A — Das Label „Freiburger Werte”

- Es ist ein Nachweis des Engagements.
- Es erfordert Willen und aktive Beteiligung, um es zu erhalten.
- Es dient dazu zu sagen: „Wir sind Träger des Labels”.
- Es wird wie ein Gütesiegel getragen: sachlich, institutionell, glaubwürdig.

B — Die Dachmarke

„Freiburg, Land der Werte”

- Sie ist ein Zeichen der Zugehörigkeit.
- Sie dient dazu zu sagen: „Wir stammen von hier”, „Wir engagieren uns für den Kanton”.
- Sie wird eher für Kommunikationszwecke genutzt (Storytelling, Kampagnen, Veranstaltungen).

Die Regel ist einfach

Zur Bestätigung einer Zertifizierung: Verwendung des Labels. Zur Betonung der regionalen Verwurzelung: Verwendung der Dachmarke.
Beide Elemente sollten nicht auf demselben Kommunikationsmittel eingesetzt werden, wenn dies die Botschaft verwässert.

4

Ce que certifie le label (posture et compréhension)

Le label « Valeurs de Fribourg » est un signe de qualité qui a de la valeur. Il n'est pas un simple objet publicitaire.

Il atteste qu'une entité a suivi une démarche structurée, comprenant:

- Une autoévaluation,
- Un accompagnement (coaching),
- Une validation par un comité.

Le label distingue et atteste de l'engagement de l'entité. Elle est invitée à communiquer sur sa démarche, tout en restant fidèle à ce qui a été évalué et validé.

Was das Label bestätigt (Haltung und Verständnis)

Das Label „Freiburger Werte“ ist ein anerkanntes Qualitätszeichen – es ist kein blosses Werbemittel.

Es bestätigt, dass eine Organisation einen strukturierten Prozess durchlaufen hat, der Folgendes umfasst:

- Eine Selbstbeurteilung,
- Eine Begleitung (Coaching),
- Eine Bestätigung durch ein Komitee.

Das Label zeichnet das Engagement der Organisation aus und bestätigt dieses. Die Organisation kann über ihr Engagement berichten, indem sie die bewerteten und bestätigten Inhalte berücksichtigt.

5

Quand utiliser le label

Utilisez le label lorsque vous souhaitez rendre visible votre labellisation sur un support où l'entreprise s'exprime de manière officielle.

Par exemple:

- Papier à en-tête / lettres
- Signature e-mail
- Devis, offres, appels d'offres
- Factures (si pertinent dans votre charte)
- Présentations corporate (PDF, slides)
- Site internet: footer, page «À propos», page «Engagement»
- Rapports et documents institutionnels

Pourquoi ces supports?

Parce qu'ils donnent au label son rôle naturel: un signe de qualité et une reconnaissance d'engagement qui confirment une démarche évaluée et validée.

Die Verwendung des Labels

Verwenden Sie das Label, wenn Sie Ihre Labelauszeichnung sichtbar machen möchten – auf einem Medium, auf dem sich das Unternehmen offiziell ausdrückt.

Beispiele:

- Briefpapier / Geschäftsbriefe
- E-Mail-Signatur
- Kostenvoranschläge, Angebote, Ausschreibungen
- Rechnungen
- Unternehmenspräsentationen (PDF, Slides)
- Website: Footer, Seiten „Über uns“ oder „Unser Engagement“
- Berichte und institutionelle Dokumente

Warum gerade diese Medien?

Weil sie dem Label seine natürliche Rolle geben: ein Qualitätszeichen und eine Anerkennung, die einen bewerteten und validierten Ansatz bestätigen.

6

Quand utiliser la marque territoriale

La labellisation vous donne accès à l'utilisation de la marque territoriale «Fribourg, Terre de valeurs».

Cette dernière sert principalement à la communication :

- Campagnes et annonces
- Contenus éditoriaux (origine, ancrage, savoir-faire)
- Événements, partenariats, prises de parole
- Visuels visant à exprimer une fierté et une appartenance au territoire

La marque territoriale parle d'identité.
Le label parle de certification.

Die Verwendung der Dachmarke

Die Labelvergabe ermöglicht Ihnen die Nutzung der Dachmarke „Freiburg, Land der Werte“.

Sie dient hauptsächlich der Kommunikation:

- Kampagnen und Anzeigen
- Redaktionelle Inhalte (Herkunft, Verwurzelung, Know-how)
- Veranstaltungen, Partnerschaften, öffentliche Auftritte
- Bildmaterial, das Stolz und Zugehörigkeit zur Region ausdrückt

Die Dachmarke vermittelt Identität – das Label ist eine Zertifizierung.

7

Comment utiliser le label

Le label s'utilise comme un sceau: lisible, sobre, non modifié.

À faire (dans un contexte approprié et qualitatif)

- Respecter les proportions du logo
- Respecter une zone de protection
- Utiliser une version adaptée au fond (contraste)
- Placer le label en signature (footer, bas de page, zone d'informations)

À ne pas faire

- Déformer, étirer, incliner, rogner
- Changer les couleurs
- Ajouter ombres, contours, effets
- Le poser sur un fond trop chargé si la lisibilité n'est pas parfaite
- Utiliser le label comme logo principal de l'entreprise

Les règles détaillées (tailles minimales, zones de protection, versions autorisées) sont fournies dans la page suivante.

Die Anwendung des Labels

Das Label wird wie ein Gütesiegel eingesetzt: lesbar, sachlich, unverändert.

Do's (in einem geeigneten und hochwertigen Kontext)

- Proportionen des Logos einhalten
- Schutzbereich respektieren
- Version verwenden, die zum Hintergrund passt (Kontrast)
- Label als Signatur platzieren (Footer, Seitenende, Informationsbereich)

Don'ts

- Verzerren, Strecken, Kippen oder Zuschneiden
- Farben ändern
- Schatten, Konturen oder Effekte hinzufügen
- Auf einem zu unruhigen Hintergrund platzieren, wenn die Lesbarkeit nicht gewährleistet ist
- Das Label als Hauptlogo des Unternehmens verwenden

Die detaillierten Regeln (Mindestgrößen, Schutzbereiche, zulässige Versionen) werden auf der nächsten Seite erläutert.

7

Comment utiliser le label

Die Anwendung des Labels

Taille minimale
Mindestgrösse



Couleurs
Farben



Noir / Schwarz



50 %



30 %

Utilisation
Anwendung



Positif
Positiv



Négatif
Negativ



Négatif
Negativ

Interdiction
Verboten sind



Ombre portée
Schatten



Rotation
Drehen/Kippen



Déformation
Verzerren

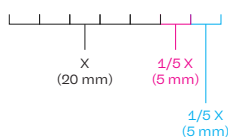
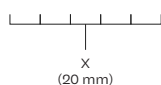
7

Comment utiliser le label

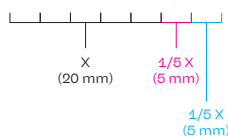
Le label peut être utilisé de deux manières: seul, ou accompagné d'un texte, en une ou deux langues, comme illustré dans les exemples ci-joints.

Die Anwendung des Labels

Das Label kann auf zwei Arten verwendet werden: allein, oder mit Begleittext, ein- oder zweisprachig, wie in den beigelegten Beispielen.



Labellisé «Valeurs de Fribourg».
Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée.



Labellisé «Valeurs de Fribourg».
Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée.



Wir tragen das Label „Freiburger Werte“.
Dieses Label zeichnet Unternehmen aus, die sich für die Werte des Kantons Freiburg engagieren, und bescheinigt ein strukturiertes, bewertetes und validiertes Vorgehen.



7

Comment utiliser le label

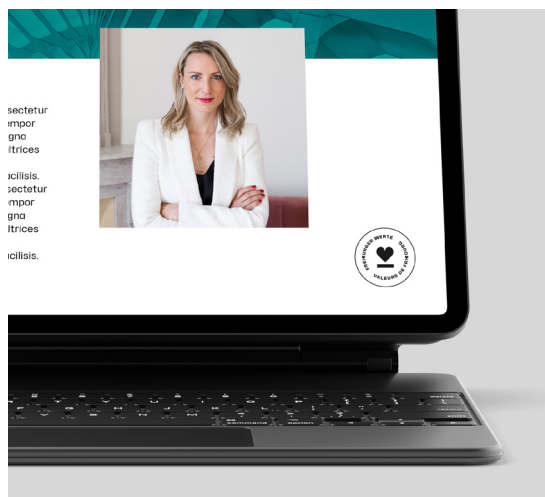
Exemple d'utilisation sur papier à en-tête, positionné en bas à droite conformément à la structure graphique et à l'identité de l'entreprise.

Nous recommandons de l'appliquer avec la mention «labellisé».



Exemple d'utilisation sur un site internet positionner le label en signature, dans le footer (bas de page).

Nous conseillons de ne pas ajouter le texte accompagnant la certification, mais plutôt d'intégrer un lien vers votre page «À propos», qui présente votre démarche.



Exemple d'utilisation sur un flyer promotionnel. Cet exemple montre comment l'identité «Fribourg, Terre de valeurs» et le label peuvent cohabiter.

Au recto, l'identité «Fribourg, Terre de valeurs» dans une approche plus promotionnelle. Au verso, le label est présenté en signature de manière plus institutionnelle, accompagné de sa courte mention de certification.



7

Die Anwendung des Labels

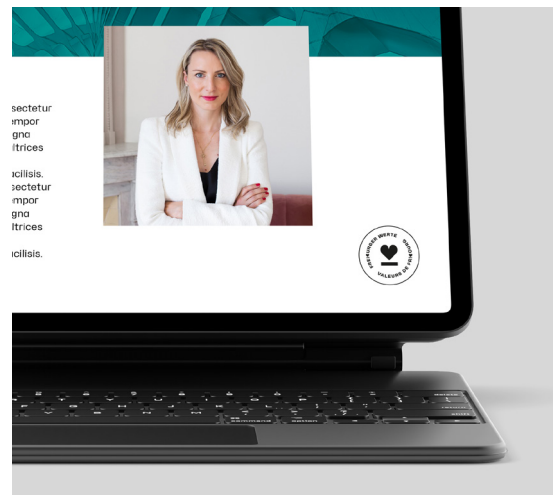
Briefpapier. Das Label wird unten rechts platziert, entsprechend der grafischen Struktur und der Identität des Unternehmens.

Wir empfehlen, es mit dem Hinweis „Wir tragen das Label“ zu versehen.



Website. Das Label wird als Signatur im Footer (Seitenende) positioniert.

Wir empfehlen, den begleitenden Zertifizierungstext nicht hinzuzufügen, sondern stattdessen einen Link zur Seite „Über uns“ einzufügen, auf der Ihr Engagement vorgestellt wird.



Werbeflyer. Dieses Beispiel zeigt, wie die Dachmarke „Freiburg, Land der Werte“ und das Label miteinander genutzt werden können.

Vorderseite: Marke „Freiburg, Land der Werte“ in einem eher werberischen Umfeld. Rückseite: Das Label wird institutionell als Signatur präsentiert, ergänzt durch einen kurzen Hinweis auf die Zertifizierung.



8

Recommandations

**Le label donne de la crédibilité.
Il ne doit pas être utilisé pour
«sur-vendre».**

Points de vigilance

- Le label distingue une entité, il ne peut pas être utilisé sur un produit (label spécifique «Fribourg – regio.garantie»).
- Éviter les promesses absolues
- Rester factuel: certifié, évalué, validé.

Le bon ton: simple, clair, modeste.

Le label est une preuve, pas une pub.

- Dire «labellisé Valeurs de Fribourg»
- Ajouter la phrase officielle (chapitre 2)
- Si nécessaire: renvoyer vers une page explicative
> fribourg.ch/label-valeurs

Empfehlungen

**Das Label verleiht Glaubwürdigkeit.
Es sollte nicht zur Übertreibung genutzt
werden.**

Punkte, auf die zu achten ist

- Das Label zeichnet eine Organisation aus, es darf nicht auf Produkten verwendet werden (hierfür ist das Label Fribourg – regio.garantie vorgesehen), ausser es wird klar erklärt, wofür es gilt.
- Absolute Versprechen vermeiden
- Sachlich bleiben: zertifiziert, bewertet, bestätigt

**Der richtige Ton: einfach, klar,
zurückhaltend. Das Label ist ein
Nachweis, keine Werbung.**

- Formulierungen wie „Wir tragen das Label ‚Freiburger Werte‘“ verwenden
- Den offiziellen Text aus Kapitel 2 hinzufügen
- Falls nötig: auf eine erläuternde Seite verweisen
> fribourg.ch/label-werte

9

Textes prêts à être publiés

Textes prêts à copier-coller qui accompagnent le label. Disposition voir ci-après:

A) Footer site (court)

Labellisé «Valeurs de Fribourg». Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée.

B) Page «À propos» (moyen)

Notre entreprise est labellisée «Valeurs de Fribourg». Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée. C'est une preuve d'un engagement concret.

C) Signature e-mail

Labellisé «Valeurs de Fribourg»

D) Devis / facture / offre (ligne simple)

Entreprise labellisée «Valeurs de Fribourg»

E) LinkedIn (post)

Nous sommes labellisés «Valeurs de Fribourg». Ce label distingue des entreprises engagées au service des valeurs du canton de Fribourg et atteste d'une démarche structurée, évaluée et validée.

Publikationsfertige Textvorlagen

Die folgenden Texte können zur Begleitung des Labels direkt verwendet oder kopiert werden.

A) Footer der Website (kurz)

Wir tragen das Label „Freiburger Werte“. Dieses Label zeichnet Unternehmen aus, die sich für die Werte des Kantons Freiburg engagieren, und bescheinigt ein strukturiertes, bewertetes und validiertes Vorgehen.

B) Seite «Über uns» (mittel)

Unser Unternehmen trägt das Label „Freiburger Werte“. Dieses Label zeichnet Unternehmen aus, die sich für die Werte des Kantons Freiburg engagieren, und bescheinigt ein strukturiertes, bewertetes und validiertes Vorgehen. Es ist ein Nachweis für ein konkretes Engagement.

C) E-Mail-Signatur

Wir tragen das Label „Freiburger Werte“

D) Kostenvoranschlag / Rechnung / Offerte (einzeilig)

Wir tragen das Label „Freiburger Werte“

E) LinkedIn-Post

Wir tragen das Label „Freiburger Werte“. Dieses Label zeichnet Unternehmen aus, die sich für die Werte des Kantons Freiburg engagieren, und bescheinigt ein strukturiertes, bewertetes und validiertes Vorgehen.

L'objectif du kit : rendre l'usage simple, immédiat, cohérent.

Assets indispensables

1. Guide d'utilisation
(ce document, PDF)
2. Logos du label
 - versions : noir / blanc
 - formats : PDF, SVG + PNG web
(fond transparent)
3. Page Do / Don't
 - règles visuelles + interdits
4. Exemples d'application (print + web)
 - en-tête lettre, devis/offre, signature e-mail
 - footer site, page «À propos», slide corporate
5. Textes prêts à utiliser
 - footer, «À propos», posts LinkedIn, signature e-mail

Das Ziel des Kits ist es, die Verwendung des Labels einfach, schnell und konsistent zu gestalten.

Unverzichtbare Elemente

1. Leitfaden zur Nutzung
(dieses Dokument, PDF)
2. Logos des Labels
 - Versionen: schwarz / weiss
 - Formate: PDF, SVG und PNG für Web (transparenter Hintergrund)
3. Do's / Don'ts-Seite
 - Nutzungsrichtlinien und Verbote
4. Anwendungsbeispiele (Print und Web)
 - Briefkopf, Kostenvoranschlag / Offerte, E-Mail-Signatur
 - Website-Footer, Seite „Über uns“, Unternehmenspräsentation (Slides)
5. Publikationsfertige Texte
 - Footer, „Über uns“, LinkedIn-Posts, E-Mail-Signatur



Architecture de marque

Stratégie

Cette architecture repose sur le principe de la «Grande Distinction»: séparer l'identité (pour tous) de l'excellence (pour les élus), tout en unifiant le tout sous la marque mère «Terre de valeurs».

MARQUE MÈRE

Fribourg, Terre de valeurs / Suisse, Schweiz, Switzerland

- **Rôle :** Elle est la «Gardienne de l'ADN». Elle chapeaute l'ensemble.
- **Fonction :** Elle transfère l'image positive du territoire (nature, innovation)

A — LE SOCLE (Identité Territoriale)

O'est quoi? Le pilier de l'inclusion.
O'est la marque émotionnelle ouverte à tous ceux qui la respectent.

> *Message: «Je suis d'ici»*

B — LE SOMMET (Label d'Excellence)

O'est quoi? Le pilier de la Sélection.
O'est le label «Valeurs de Fribourg» (Freiburger Werte). Il est exclusif et nécessite de réussir un audit strict (pas de rattrapage).

> *Message: «Excellent par choix»*

Marken-architektur

Strategie

Diese Architektur basiert auf dem Differenzierungsprinzip zwischen Identität (für alle) und Exzellenz (für die Ausgewählten). Die beiden sind unter der Dachmarke „Land der Werte“ vereint.

DACHMARKE

Freiburg, Land der Werte / Fribourg Suisse, Schweiz, Switzerland

- **Rolle:** Sie ist die „Hüterin des Markenkerns (DNA)“
- **Funktion:** Sie umfasst alle Submarken und überträgt das positive Image des Gebiets (Natur, Innovation) auf die Submarken

A — FUNDAMENT (Territoriale Identität)

Was ist das? Die Säule der Inklusion.
Eine emotionale Marke, die allen offen steht, die den Verhaltenskodex respektieren.

> *Botschaft: „Ich bin von hier“*

B — SPITZE (Label der Exzellenz)

Was ist das? Die Säule der Auswahl.
Das Label „Freiburger Werte“. Es ist exklusiv und erfordert ein strenges Audit (kein Nachholen möglich).

Botschaft: „Exzellenz aus Überzeugung“



Architecture de marque

Marken- architektur

Visualisation

Visualisierung

MARQUE MÈRE
DACHMARKE

FRI♥OURG

FRI♥OURG

Terre
de valeurs

FRI♥OURG

Land
der Werte

FRI♥OURG

SUISSE SCHWEIZ
SWITZERLAND

EXCELLENCE
EXZELLENZ

IDENTITÉ
IDENTITÄT

ENTREPRISES
UNTERNEHMEN



ÉVÉNEMENTS
VERANSTALTUNGEN

PRODUITS
ALIMENTAIRES
REGIONALE
PRODUKTE

FRI♥OURG
regio•garantie

Certification par Terroir Fribourg
Durch Terroir Fribourg verliehenes Label

> fribourg.ch/fr/terroir-fribourg/label/
> fribourg.ch/de/terroir-fribourg/label/

Association Fribourgissima

p/a Union fribourgeoise du Tourisme
Freiburger Tourismusverband
Rue Saint-Pierre 6A
Case postale / Postfach
1701 Fribourg / Freiburg

+41 26 407 70 20

fribourgissima@fribourg.ch

fribourg.ch