

Communiqué de presse
Fribourg, 1 mars 2010

Nouveau Corporate Design pour l'Etat de Fribourg

Le Conseil d'Etat de Fribourg a décidé l'automne dernier que l'administration cantonale de l'Etat de Fribourg devait se doter d'un corporate design à la fois moderne et unique. Un sentiment d'appartenance doit être créé autour de la marque «Fribourg» rendant les prestations de l'Etat transparentes et reconnaissables aux yeux des citoyens. Le corporate design unique pour l'Etat a été élaboré en collaboration avec un groupe de travail au sein de l'administration. macmac media sa est fier de présenter le résultat de ce processus de travail.

La nouvelle identité visuelle de l'Etat de Fribourg alliant modernité et tradition reflète dans les couleurs (noir et blanc) ainsi que dans la ligne graphique, la sobriété traditionnelle du canton. Le logo symbolise de manière abstraite les armoiries de canton et - suivant la lecture - on peut y voir une apostrophe. Il s'agit là d'une ambiguïté sciemment choisie. En effet, l'apostrophe est le signe de jonction entre l'Etat et la population. Il symbolise le dialogue entre les partenaires égaux en droits. Le logo met aussi en évidence la particularité historique qui a enraciné dans le cœur des fribourgeois l'utilisation du terme «Etat de Fribourg» plutôt que «Canton de Fribourg».

En octobre 2008, l'agence fribourgeoise macmac media sa remportait la mise au concours du nouveau corporate design du canton de Fribourg. Après un an de travail intense le Conseiller d'Etat Beat Vonlanthen, la Chancelière Danielle Gagnaux et macmac media ont présenté le résultat de ce processus captivant à l'occasion de la conférence de presse du 27 janvier 2010 (voir: http://admin.fr.ch/ww/de/pub/aktuelles.cfm?fuseaction_pre=detail&prid=78647&).

Le processus de création du nouveau logo de l'Etat de Fribourg a débuté par la création d'un cahier des charges et la définition des objectifs du projet comme suit:

1. La création d'une marque forte «Etat de Fribourg» qui renforce le sentiment d'appartenance.
2. Une communication visuelle cohérente, claire et unique des prestations de l'Etat.
3. Les prestations de l'Etat doivent être transparentes.
4. Le quotidien administratif doit être simplifié par un visuel unique et plus efficace. La conséquence de cette approche doit mener à des revenus d'échelle c'est-à-dire à des économies dans le quotidien administratif.

Le processus de création du nouveau logo s'oriente vers des symboliques et des exigences fonctionnelles. A l'égard aux armoiries en noir et blanc du canton, il est apparu assez rapidement que le nouveau logo ne serait pas coloré et qu'il se distinguerait ainsi des autres armoiries des autres cantons. L'impact de l'identité visuelle ne repose donc pas sur les jeux de couleurs, mais uniquement sur un design original.

Nous avons ainsi réussi à lier le caractère fonctionnel d'un logo à la symbolique et ce, de manière optimale. Grâce à l'originalité et à la simplicité du produit, la reconnaissance de l'identité visuelle de l'Etat est garantie. L'Etat bénéficie donc d'une image forte tant au niveau du public qu'à l'intérieur de l'administration. Ce nouveau logo sera ainsi introduit graduellement au cours de l'année 2010.

Nous remercions Pablo Echegoyen de l'agence Maskin pour sa collaboration durant le processus d'élaboration du logo.

macmac media

Reto Cotting
Claudine Esseiva