

Nouvelle identité visuelle

Conférence de presse du 27.01.2010

La nouvelle identité visuelle de l'Etat de Fribourg

Programme

1. Salutations & présentation des intervenants *B. Vonlanthen*
2. Une nouvelle identité... pourquoi? *”*
3. Le cahier des charges initial *D. Gagnaux*
4. Organisation de projet *”*
5. Le champ d'application *”*
6. Définition de la marque «Etat de Fribourg» *C. Esseiva /R. Cotting*
7. Symbolique *”*
8. «Etat» ou «Canton» ? *D. Gagnaux*
9. Déclinaisons du logo *”*
10. Coûts & Mise en œuvre *”*
11. La première concrétisation *B. Vonlanthen*
12. Questions

Une nouvelle identité... pourquoi ? (1)

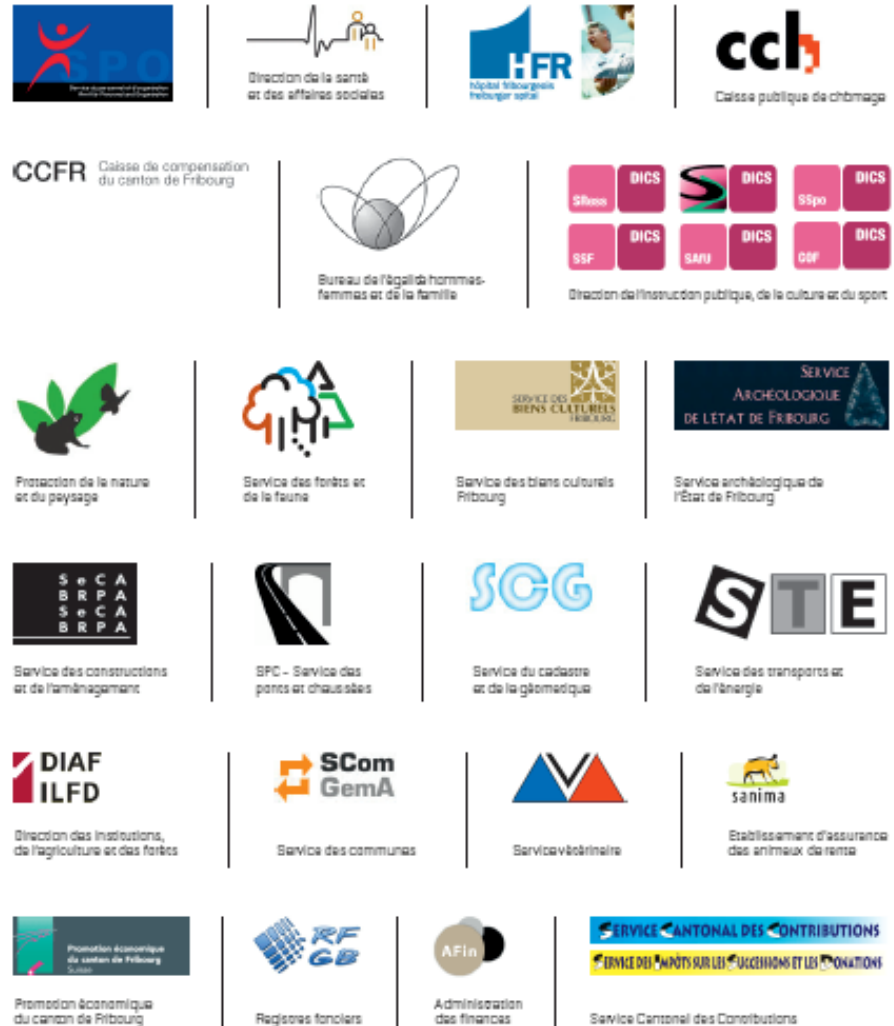
L'arrêté du Conseil d'Etat du 13 décembre 1994

- a) Ne couvre que partiellement les supports visuels utilisés par les services de l'Etat (non compris les présentations ppt, les sites internet, etc.)
- b) Charte graphique lacunaire et peu contraignante

La prolifération des modèles et identités faits «maison»

Nouvelle identité visuelle

Résumé de la situation actuelle



Une nouvelle identité... pourquoi ? (2)

Le besoin d'harmoniser pour présenter un message clair

Le programme gouvernemental de la législature 2007-2011

- Améliorer notre qualité de vie: protéger l'environnement et la nature (défi n°4)
- Se rapprocher du citoyen: optimiser le fonctionnement de l'administration (défi n° 7)

Le cahier des charges initial

Réalisation d'un logo inspiré de l'écusson cantonal

Reflet de la spécificité traditionnelle du canton, tant par la couleur (noir et blanc) que par la ligne graphique

Vecteur du développement durable par le choix des supports

Application pour différents supports (Papier à lettre, enveloppe, modèle power-point, carte de visite, brochure, rapport, site internet, signalétique, véhicule...) ainsi que pour les différents niveaux hiérarchiques

Réalisation d'une charte graphique disponible en version électronique et papier

Organisation de projet

La décision du Conseil d'Etat du 24 juin 2008:

- a) Mandat à la Chancellerie de mise en œuvre du projet
- b) Etablissement d'un cahier des charges
- c) Organisation de l'appel d'offres (marchés publics)
- d) Mise en place d'un groupe de travail

La décision du Conseil d'Etat du 28 octobre 2008: attribution du mandat de réalisation à l'entreprise MacMac Media, à Fribourg (parmi 20 offres déposées)

Le champ d'application (1)

Principe d'une identité uniforme (plutôt que modulaire)

Toutes les unités administratives de l'Etat de Fribourg sont soumises à la nouvelle identité visuelle à moins de figurer expressément dans la liste des exceptions

Il autorise quelques entités à rajouter un logo fédéral ou supracantonal en plus de l'identité visuelle du canton (ex. ORP)

Discussions en cours avec les deux autres pouvoirs (législatif et judiciaire)

Le champ d'application (2)

Le Conseil d'Etat a admis une liste d'exceptions:

- pour les entités en situation de concurrence ou financées complètement ou largement par les prestations fournies (CPI, Sanima, ECAB, OCN, IAG, RHF, RFSM, Université, HEP)
- pour les entités membres d'une organisation supracantonale (Ecole d'ingénieurs et d'architectes, Haute école de gestion, Haute école de santé, Haute école de travail social, Haute école de musique, Gymnase intercantonal de la Broye)
- pour les musées (Musée d'art et d'histoire et Musée d'histoire naturelle)

Le nouveau logo de l'Etat de Fribourg

Conférence de presse, 27 janvier 2010



Définition de la marque «Etat de Fribourg»

Au service des citoyens

- + L'administration cantonale est proche des citoyens
- + Toutes les entités sont un vecteur de cet état d'esprit

Création de la confiance

- + Les services de l'Etat sont divers, d'où l'importance d'une identification claire

Représenter la diversité du Canton

- + Spécificité linguistique
 - + Liaison entre la tradition et la modernité
-



Définition de la marque «Etat de Fribourg»

Identification avec l'Etat

Une identité forte nourrit le sentiment d'appartenance qui lie le citoyen à son administration («Fier d'être Fribourgeois»)

Qualité – Transparence

Le citoyen doit savoir à tout moment qu'il est en contact avec l'administration cantonale.

Noir et blanc

L'objectif est de développer toute l'identité en noir et blanc pour mettre en avant les couleurs du canton de Fribourg et utiliser l'opportunité qui nous est ainsi donnée de faire des économies d'échelle sans «faire bon marché».

Symbolique

- + Le symbole connote la virgule et l’apostrophe en jouant sur le blason traditionnel
- + Image moderne alliée à la sobriété traditionnelle du canton
- + L’apostrophe et la virgule représentent un discours d’égal à égal
- + On parle avec le citoyen; l’Etat se rapproche de lui
- + La connotation de l’apostrophe et de la virgule représente un élément d’alliance

«L'Etat» en lieu et place du «canton»

- + Mise en valeur d'une singularité fribourgeoise
- + Reconnaissance d'une pratique ancrée à long terme
- + Distinction claire entre l'entité politique / géographique et l'«entreprise» Etat de Fribourg



Différentes déclinaisons du logo

- + Papier à lettre
- + Carte de visite
- + Carte de compliments
- + Enveloppe
- + Modèle power-point

Papier à lettre

Service des constructions et de l'aménagement
Rue des Chanoines 17, Case postale, 1700 Fribourg

Monsieur
Jean-Jacques Liechti
Rue de l'Exemple 2
Case postale 2581
1700 Fribourg

Freiburg, 14. Januar 2010

Lorem Ipsum dolores

Murbitam tuidi inte fecultorsus con tuidium int, simum pat. Torebatur intem isquid in verdiusatrum adhuideatri iae fachiliae, cludam poraci popubliu se iusuliam, dierur, que vidi ela prorioreste esso-lic averion sulerum spesi tum publicas auteres patium et dem que ta notilntem terfingulin sulto ex strives conmit, qua Mulicia?

Rae, conculis at, consulut ficur ublissidem inique inihilin sili incerfir hactum sedieni rmihilnem es capesimis crectatia signor horemunclego es ca etris spimus audeesseni in vid iae tam iam aristrae no. Ite, sus ciensultus, publius vivagit, us ingulistiam horis? Bunius hae patudamquam diemorit; Catium tem moribus cotis audae inripsernum etiaciis. Publine factur alicae pratus, faccienis mentius. Et axime tem straecu ltient nonem con venduciem tem tem trum ut Satandam dit que in sa tus perem idiem iaessilium te is, vagit. Andem hilicae tilnem.

Meilleures salutations



Patrice Exemple
Chef de section

Section aménagement local
Abteilung Ortsplanung

T +41 (0)26 305 23 43, F +41 (0)26 305 23 36
www.admin.fr.ch/seca

—
Réf: PM
Direct: +41 (0)26 420 59 15
Courriel: patrick.musterhans@fr.ch

Carte de visite



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Beat Vonlanthen, Conseiller d'Etat
vonlanthenbe@fr.ch, D +41 (0)26 305 24 00, M +41 (0)79 300 48 62

—

Direction de l'économie et de l'emploi DEE
Rue Joseph-Piller 13, Case postale, 1701 Fribourg
T +41 (0)26 305 24 02, F +41 (0)26 305 95 98, www.admin.fr.ch/dee



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Beat Vonlanthen, Staatsrat
vonlanthenbe@fr.ch, D +41 (0)26 305 24 00, M +41 (0)79 300 48 62

—

Volkswirtschaftsdirektion VWD
Rue Joseph-Piller 13, Postfach, 1701 Freiburg
T +41 (0)26 305 24 02, F +41 (0)26 305 95 98, www.admin.fr.ch/vwd

recto / verso

Carte de compliments



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Service des forêts et de la faune SFF
Amt für Wald, Wild und Fischerei WaldA

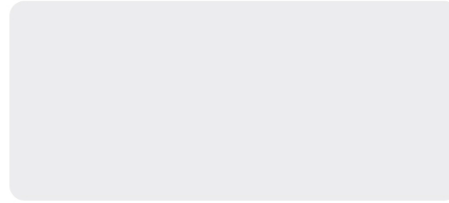
Route du Mont Carmel 1, 1762 Givisiez
T +41 (0)26 305 23 43, F +41 (0)26 305 23 36
www.admin.fr.ch/sff

Direction des institutions, de l'agriculture et des forêts **DIAF**
Direktion der Institutionen, der Land- und Forstwirtschaft **ILFD**

Enveloppe



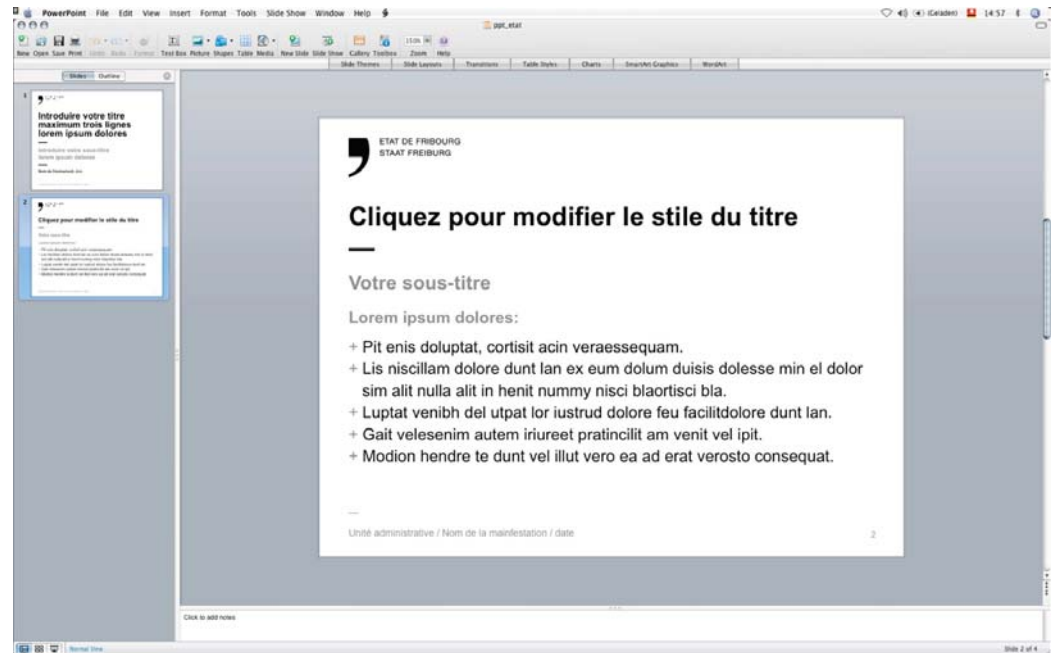
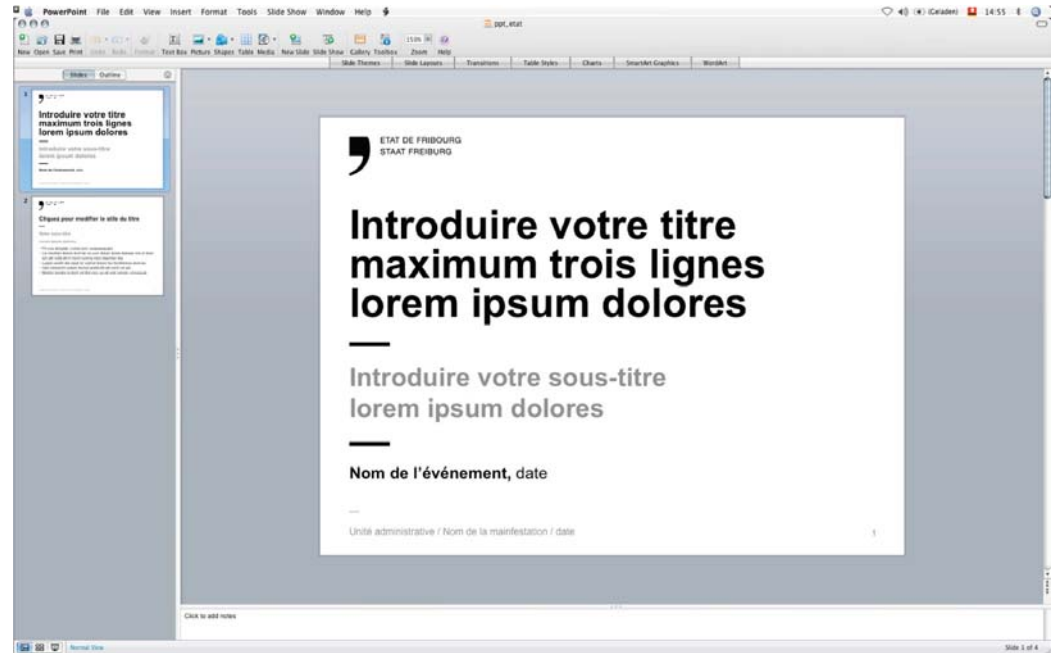
ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG
WWW.FR.CH





ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Modèle Power-Point





Coûts

Les coûts

- + De conception: 100000 francs au budget 2008-09 (travaux préparatoires et honoraires d'entreprise)
- + De mise en œuvre: vise à limiter au maximum les frais de mise en œuvre, celle-ci se faisant, dans la mesure du possible, au moment du renouvellement des stocks de matériel

Les économies d'échelle

- + De conception: identité uniforme pour tout l'Etat
- + De mise en œuvre: sur la base de modèles uniques



Calendrier de mise en oeuvre

- + Dès le printemps 2010
- + De manière progressive
- + Objectif: fin 2011 (y compris signalétique)



La première concrétisation de la nouvelle identité visuelle: La brochure du Conseil d'Etat 2010

-
- + Jeunesse et dynamisme
 - + Les grands projets du canton
 - + Le développement durable
-





Questions

