



## Rapport 2017-CE-139

27 juin 2017

### du Conseil d'Etat au Grand Conseil sur le postulat 2015-GC-114 de la Commission des finances et de gestion (CFG) – Communication de l'administration cantonale: quels coûts pour quel contenu?

Le rapport que nous avons l'honneur de vous soumettre comprend les points suivants:

<b>1. Introduction</b>	<b>1</b>
<b>2. Les ressources</b>	<b>1</b>
<b>3. Un concept sur le fond?</b>	<b>2</b>
<b>4. Coût et évaluation des campagnes de promotion</b>	<b>2</b>
<b>5. Conclusion</b>	<b>4</b>

#### 1. Introduction

La nouvelle Constitution cantonale, concrétisée dans la loi sur l'information et l'accès aux documents (LInf) entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2011, a profondément modifié les pratiques en matière d'information à l'Etat de Fribourg. L'information active fait désormais partie intégrante de l'activité politique, et l'administration cantonale intègre cette composante dans ses activités quotidiennes et sur l'ensemble du cycle de vie des projets qu'elle conduit. Outre la LInf, de nombreux autres textes légaux accordent une place prépondérante à l'information et à la communication, principalement dans les domaines de la prévention et de la promotion.

Le Conseil d'Etat dresse ci-après le bilan des activités déployées à l'Etat de Fribourg depuis 2010, notamment les bénéfices de l'application du principe de transparence de l'activité de l'administration. Le rapport éclaire notamment l'organisation mise en place depuis l'entrée en vigueur de la LInf: correspondants et correspondantes en matière d'information et autres postes assumant des charges d'information, ressources affectées à cette tâche, règles en matière d'information (forme et contenu). Il esquisse également les perspectives d'avenir dans ce domaine.

#### 2. Les ressources

Conformément aux informations que la Chancellerie d'Etat a transmises à la Commission des finances et de gestion en juillet 2015<sup>1</sup>, la mise en œuvre de l'article 15 al. 1 LInf se traduit

aujourd'hui, pour l'ensemble des Directions, la Chancellerie et les entités autonomes, par 12,2 EPT de «correspondants en matière d'information», selon la terminologie de l'OInf.

La masse salariale de ces 12,2 EPT est estimée sur la base d'un salaire moyen en classe 24 palier 10, ce qui correspond à un traitement de base (y compris 13<sup>e</sup> salaire) estimatif pour les 12,2 EPT de 1 464 234 francs, soit 12,2 x 120 019 francs (salaire annuel en classe 24/10).

A relever que la fonction de correspondant ou correspondante en matière d'information n'existe pas en tant que telle dans les classes de fonction de l'Etat. Selon les responsabilités qui leur sont attribuées, les titulaires sont, pour la plupart, classés soit dans la catégorie «collaborateur scientifique universitaire», soit dans la catégorie «conseiller scientifique, économique, voire même juridique». Cela correspond à une fourchette allant de la classe 20 à la classe 28, soit un salaire mensuel pouvant varier entre 6400 et 12 600 francs (x 13), en fonction des responsabilités, de l'expérience, de l'âge et des autres tâches exercées en sus.

La masse salariale dédiée aux correspondants et correspondantes en information inclut les coûts d'actualisation des sites Internet et de gestion des réseaux sociaux. Alors que, selon les comparatifs intercantonaux, le canton de Fribourg est reconnu pour être relativement précurseur dans le domaine des réseaux sociaux, aucun poste supplémentaire n'a été créé depuis que l'Etat communique également par ce canal. Les pages doivent être actualisées, mais cette activité reste raisonnable eu égard aux incidences positives qui en découlent:

<sup>1</sup> Courrier de la Chancellerie d'Etat adressé le 10 juillet 2015 aux membres de la Commission des finances et de gestion.

ces outils permettent notamment de dialoguer avec la population et de réagir rapidement en cas de crise.

Depuis l'entrée en vigueur de la LInf, 2 EPT ont été créés, à savoir 0,7 EPT à la DAEC, 0,5 EPT à la DFIN, 0,3 à la DIAF et 0,5 au RFSM. Au niveau de la masse salariale, ces postes créés depuis l'entrée en vigueur de la LInf représentent quelque 240 038 francs, 2 x 120 019 francs.

A la base, selon l'alinéa 2 de l'article 7 OInf, les correspondants et correspondantes en matière d'information exercent les tâches suivantes:

- a) ils organisent et mettent en place un système d'information du public sur les activités de leur Direction et gèrent le site Internet de cette dernière;
- b) ils veillent à la coordination générale des activités menées dans le domaine de l'information du public par les unités administratives relevant de leur Direction, et exercent sur ces activités la surveillance requise par les articles 60 et 61 LOCEA;
- c) ils assurent la coordination avec la Chancellerie ainsi que, au besoin, avec les autres Directions.

Ils exercent en outre les tâches qui leur sont dévolues en matière de droit d'accès aux documents.

Cependant, ce cahier des charges diffère selon les tâches et les fonctions définies. Ainsi, à titre d'exemple, les correspondant et correspondantes en matière d'information à la DSJ, à la DSAS et à la DFIN occupent également la fonction de secrétaire général-e adjoint-e. La plupart des correspondants et correspondantes en matière d'information sont engagés en tant que «conseillers ou conseillères scientifiques», mais leur cahier des charges diffère effectivement en fonction des besoins propres à chaque Direction ou service.

### 3. Un concept sur le fond?

Le Conseil d'Etat ne partage pas l'avis de la CFG, lorsqu'elle estime qu'un concept de communication sur le fond fait défaut. Depuis sa création, le Bureau de l'information (BdI) joue le rôle d'organe de conseil et de coordination. Créé en 2006, il a rapidement élaboré des règles en matière d'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration du canton de Fribourg<sup>1</sup>. Ce document visait, pour la première fois, à expliciter et concrétiser les règles en matière d'information sur les affaires du Conseil d'Etat et de l'administration cantonale, à préciser, au sein de l'administration cantonale, les rôles et les attributions de chacun et chacune en terme d'information et à évaluer les moyens à mettre en œuvre.

Après quelques années d'expérience, le BdI a mis à jour et affiné ce document, publié sous la forme de Directives rela-

tives à l'information et à la communication (DirInf)<sup>2</sup>. Celles-ci complètent les dispositions de la législation cantonale relatives à l'information sur les affaires du Conseil d'Etat et de l'administration et précisent les rôles et attributions en matière d'information. En plus de la communication des informations aux médias et du contenu des sites Internet, les DirInf font référence au Guide pratique d'utilisation des médias sociaux, établi en parallèle, et précisent l'utilisation d'images dans la communication. Dans leurs annexes, elles précisent encore les principes généraux qui régissent l'établissement d'un plan de communication, la rédaction d'un communiqué de presse et l'organisation d'une conférence ou d'un point presse et développent une charte rédactionnelle concernant les sites Internet de l'Etat.

Le Conseil d'Etat estime que le dispositif mis en place non seulement répond à ses besoins mais a en plus l'avantage de laisser une certaine marge de manœuvre aux Directions dans leur manière de communiquer, ce qui est important à ses yeux afin de satisfaire au mieux aux exigences spécifiques des différents domaines d'activité de l'Etat. Les Directions ont d'ailleurs toute liberté pour élaborer leur propre concept de communication interne, qui doit naturellement s'inscrire dans les règles générales imposées par le Conseil d'Etat. Ces règles générales sont présentées et expliquées lors de formation qui sont régulièrement organisées par le BdI pour les cadres de l'Etat et rappelées, au besoin, par les correspondants et correspondantes en matière d'information dans les Directions.

Le Conseil d'Etat ne partage pas non plus l'avis de la postulante, lorsqu'elle avance que, depuis l'arrivée des correspondants et correspondantes en matière de communication, les conseillers et conseillères d'Etat se dispensent quelquefois de répondre en première ligne dans des situations qui l'exigeraient. Les médias fribourgeois reconnaissent régulièrement la facilité d'accès des membres du Gouvernement dans le canton de Fribourg.

### 4. Coût et évaluation des campagnes de promotion

Le tableau annexé au présent rapport récapitule, dans l'ordre protocolaire, les principales campagnes ou projets mis sur pied depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010. Il est à relever que le nombre et le coût diffèrent fortement entre les Directions, et ce pour diverses raisons.

Si la DICS n'a lancé aucune campagne de promotion à proprement parler, elle se montre en revanche très active dans les programmes de prévention déployés par le Service du sport, via le bureau Santé à l'école. D'autres actions de promotion de la santé et de prévention au sens large impliquant plusieurs Directions (DICS-DEE-DIAF-DSAS-DSJ) sont

<sup>1</sup> Approuvées par le Conseil d'Etat le 5 juin 2007.

<sup>2</sup> Approuvées par le Conseil d'Etat le 28 avril 2015.

régulièrement organisées, notamment auprès des enfants et des jeunes, en coordination avec diverses associations et institutions. En outre, la DICS répond aux nombreuses sollicitations des médias toujours friands de sujets en rapport avec l'école.

Entre 2013 et 2015, la **DSJ** a mené, par le biais de «La Famille Kolly», une campagne de communication globale alliant web, réseaux sociaux, affichage et marketing direct. Elle se montre également très active sur le front de la prévention et de la communication, essentiellement en raison de l'activité du secteur Communication et prévention de la Police cantonale. Comme son nom l'indique, ce secteur est effectivement appelé à mener de nombreuses campagnes; la liste détaillée dans le tableau en témoigne.

De son côté, la **DIAF** n'a mené aucune campagne de communication en dehors du marketing habituel des vins de l'Etat (site Internet et mailing).

La **DEE** a lancé un seul grand programme de communication, à savoir la Campagne OFF visant à la réduction de la consommation d'électricité. Parallèlement, elle a mené des campagnes de sensibilisation visant à stimuler l'assainissement des bâtiments et la sortie des énergies fossiles ou à promouvoir les entreprises fribourgeoises.

A part les projets mentionnés par le BEF et l'HFR ci-dessous, la **DSAS** n'organise pas de «campagne» de communication sur le plan cantonal. En matière de stratégie de promotion et de prévention de la santé par exemple, les grands thèmes qui préoccupent le canton (alcool, tabac, santé mentale, etc.) font l'objet de campagnes nationales, menées par les organismes nationaux chargés de la coordination des thèmes de santé publique, pour garantir une couverture des informations transmises sur le plan national. Elles sont reprises sur le plan cantonal par les institutions ou associations mandatées par la DSAS, en collaboration avec d'autres associations fribourgeoises ou d'autres Directions de l'Etat.

La DSAS a toutefois traité deux sujets qui, même s'il s'agit de campagnes nationale (pauvreté) ou intercantonale (proches aidants), revêtent un caractère particulier en raison de leur envergure.

La **DFIN**, pour sa part, a mené une grande campagne, baptisée FriTax, visant à promouvoir le dépôt électronique de la déclaration d'impôt.

A l'image de la DSJ avec son secteur Communication et prévention, la **DAEC** est très active en matière de programmes de prévention à travers l'activité de l'un de ses services, à savoir celui de l'environnement.

Enfin, la **CHA**, comme le souligne la postulante, a mené plusieurs grands projets dans le domaine du marketing, notamment toutes les mesures liées aux relations publiques

mises sur pied dans le cadre des relations extérieures. Ainsi, le Conseil d'Etat a organisé en décembre 2016, en collaboration avec les député-e-s fédéraux du canton, une fête de la Saint-Nicolas, au cœur du Palais fédéral, et cela pour la quatrième fois après 2004, 2010 et 2013. Saint Nicolas était aussi accompagné d'une dizaine de personnalités fribourgeoises issues de la société civile. Quelque 350 personnes, dont un grand nombre de parlementaires fédéraux et les conseillers fédéraux Sommaruga, Maurer et Berset, ont participé à cette soirée qui est toujours très appréciée et attendue. Cette manifestation facilite le réseautage sur le plan fédéral et permet de faire connaître plus amplement certains aspects du canton de Fribourg – par exemple sa culture et ses spécialités culinaires concoctées par l'Association pour la promotion des produits du terroir du Pays de Fribourg – et plusieurs prestataires cantonaux. Le budget pour cette manifestation était de 45 000 francs.

Le canton de Fribourg entretient également des liens étroits avec les hauts fonctionnaires proches de Fribourg qui travaillent auprès de la Confédération ou des ex-régies fédérales (CFE, Poste, Swisscom, ...). Chaque année depuis 2004, une manifestation conviviale est organisée dans différentes régions du canton, qui permet aussi de présenter une prestation culturelle ou sportive. Le budget pour ce genre de manifestation oscille entre 10 000 et 15 000 francs.

La **CHA** s'est aussi vu confier la conduite opérationnelle de la campagne «Fribourg, le bonheur en plus», lancée fin 2013, avec pour objectif de promouvoir le canton en renforçant sa présence à l'extérieur, de dynamiser et moderniser l'image de Fribourg et de mettre en réseau et coordonner le travail des différents acteurs de l'image cantonale (<http://fribourg.ch/fr/>). Financée paritairement à 50% par l'Etat et à 50% par des partenaires privés, cette campagne marketing a vu son mandat initial renouvelé pour trois ans (2017–2019), la détermination des 13 partenaires de développer la plate-forme d'échanges et la volonté de continuer à promouvoir l'image du canton de Fribourg ayant fait l'unanimité.

Egalement au chapitre de l'image, l'Etat de Fribourg s'est doté d'une nouvelle identité visuelle, qui s'est très largement imposée dans les Directions et services de l'Etat ([www.fr.ch/iv](http://www.fr.ch/iv)). Lancé en 2008 sous la responsabilité de la **CHA**, le projet a officiellement pris fin en 2013. Au final, les coûts pour l'ensemble du projet sont estimés à quelque 800 000 francs, un montant à mettre en balance avec les économies engendrées par l'uniformisation de l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg, grâce à la disparition des très nombreux logos existants jusqu'ici, ainsi qu'avec les économies d'échelle en termes de commandes de papier et de matériel ou de mandats confiés à des agences de communication. Rien que pour le Service d'achat du matériel et des imprimés, l'économie se monte à plusieurs dizaines de milliers de francs chaque année. A cela s'ajoutent également les économies de temps et

d'énergie, impossibles à chiffrer, réalisées depuis que la nouvelle identité visuelle s'est imposée dans tous les services.

## 5. Conclusion

Le Conseil d'Etat tire un bilan très positif de la politique de communication menée depuis l'entrée en vigueur de la LInf. L'image du canton s'est clairement modernisée, notamment grâce à des projets comme le renouvellement de l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg ou «Fribourg le bonheur en plus». Mais il faut toujours avoir à l'esprit qu'une image positive se construit lentement et qu'elle peut vite être détruite si l'on n'y prend pas garde; l'attention particulière prêtée par l'ensemble des acteurs de l'Etat à l'information est une bonne prévention dans ce domaine.

Le climat qui règne dans les relations entre le Conseil d'Etat – ou l'administration cantonale – et les médias est positif. En témoignent les différents échanges par exemple à l'occasion de la rencontre annuelle de début d'année entre les journalistes et la Conférence des responsables de l'information, lors des repas réguliers entre les représentants des médias et les membres du Conseil d'Etat ou encore lors du cours annuel sur la communication donné par le Bdl, impliquant plusieurs journalistes, dont le président d'Impressum Fribourg, sans oublier toutes les campagnes, menées par de nombreux acteurs de l'Etat, qui sont faites dans le cadre de la prévention.

Le Conseil d'Etat estime que l'information fait aujourd'hui partie intégrante de l'activité politique et de la vie quotidienne des citoyens et citoyennes et que Fribourg ne saurait rester en retrait dans ce domaine-là. Tenant compte des expériences réalisées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011, il n'entend pas apporter de modification majeure à sa politique d'information et de communication, ni en termes de ressources, ni en termes de moyens. Il demeurera néanmoins toujours attentif à ce que le climat globalement positif qui règne actuellement perdure et que l'image du canton s'améliore encore par le biais de nouveaux projets.

---

## ANNEXE

### Principales campagnes ou projets mis sur pied depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le ... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DSJ	Famille Kolly	Prévention générale en matière de sécurité de proximité, sur le thème «La sécurité, ça commence avec vous!»	–	B2013: 109 000 B2014: 140 000 B2015: 70 000	Il s'agit d'une initiative du Conseil cantonal de prévention et de sécurité, validée par le Conseil d'Etat tant au niveau du concept général qu'au niveau budgétaire dans le cadre des budgets 2013, 2014 et 2015 de l'Etat.	14.06.2013 31.07.2015	Cette campagne a été menée sur le long terme et sous différentes formes: épisodes de la série «La famille Kolly» diffusés sur divers canaux (Internet, transports publics, cinémas, ...), actions de prévention sur le terrain en partenariat avec la Police cantonale, présence lors de fêtes populaires (rencontres de jeunesse, ...), habillage d'un bus régional TPF durant près d'une année, flyers et affichettes, développement de différents partenariats ponctuels (TPF, associations de commerçants, ...). De ce fait, la campagne a gagné une notoriété certaine dans la population, et le message général de la campagne («En adoptant les bons comportements dans des situations données, on améliore sa sécurité et la sécurité collective») a été bien compris.
DSJ/Pol cant	Action ANGEL	Prévention des vols à la tire (action reconduite chaque année en décembre)	–	4 800.–	EM Pol cant	23.03.2011 reconduite de 2012 à 2016	Action bien perçue par la population, sentiment de sécurité renforcé par la présence d'agents en uniforme
DSJ/Pol cant	SERA	Prévention des cambriolages commis au crépuscule (reconduite chaque année lors du passage à l'heure d'hiver)	–	10 600.–	EM Pol cant	01.11.2012 reconduite chaque année	Sensibilisation des citoyens sur les mesures réduisant le risque d'effraction Baisse significative des cambriolages constatée.
DSJ/Pol cant	Ne pensez pas qu'aux vacances!	Prévention des cambriolages commis durant l'été	–	5 500.–	EM Pol cant	01.07–31.08.2014 01.07–31.08.2015	Sensibilisation des citoyens sur les mesures réduisant le risque d'effraction
DSJ/Pol cant	Journée nationale de lutte contre les cambriolages	Prévention des cambriolages	–	2 000.–	Pol cant	31.10.2016	Sensibilisation des citoyens sur les mesures réduisant le risque d'effraction

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DSJ/Pol cant	Mesure les CONséquences	Sensibilisation des jeunes aux problèmes de consommation de drogue, de <i>littering</i> et de dommages à la propriété	CP LStup	2 500.–	Pol cant	2014 date de fin non définie	Orientée vers les cycles du niveau secondaire/EPAI, la campagne est relancée annuellement. Situation partiellement sous contrôle (campagne adaptée par la CCPS/« <i>Prévenir et réagir</i> »)
DSJ/Pol cant	Stop Violence	Diminuer les problèmes de récurrence au niveau de la violence entre jeunes	LPol LACP CP	Privé – donateurs	Préfet de la Gruyère Pol cant	2002 date de fin non définie	Diminution de la violence entre jeunes dans le district – création de partenariats et implications dans des campagnes de prévention – organisation d'activités
DSJ/Pol cant	Groupe «Qualité de vie en Glâne»	Amélioration de la compréhension entre générations – meilleure cohabitation	–	Privé – donateurs	Préfet de la Glâne Commune de Romont Pol cant Direction du CO	2008 date de fin non définie	Campagnes de prévention – séances d'information – campagnes d'occupation rémunérée pour des jeunes coachés par des professionnels de l'éducation
DSJ/Pol cant	«Franky Slow Down»	L'ange Franky slow down doit motiver les jeunes conducteurs et les motards de tout âge à adapter leur vitesse aux conditions de la route, du trafic, de la visibilité et de leurs propres capacités.	–	60 000.–	Polci + validation EMG	2010	Avec 25% d'accidents dus à la vitesse en moins, cette action de prévention peut être qualifiée de réussie. Aucun conducteur de voiture, de bus ou de camion n'a été tué durant l'action.
DSJ/Pol cant	Action «Merci»	Remercier les conducteurs se comportant correctement dans le trafic en leur remettant une plaque de chocolat	–	2 400.– 1 700.–	Polci + validation EMG	07.04.2010 et le 13.04.2011	Action bienvenue auprès des usagers de la route se voyant remettre la plaque de chocolat
DSJ/Pol cant	«Ressens la vitesse, mais pas sur nos routes»	Entrer en contact avec les motards par le biais d'une action préventive  Diminuer les accidents graves de la circulation	–	51 000.– 46 500.–	Polci + validation EMG	17/18.05.2011 10/11.05.2012	Avec 27% de motards blessés et décédés en moins, au 31.08.2011, l'action peut être qualifiée de succès, sans compter les nombreux contacts positifs établis.
DSJ/Pol cant	1 jour sans victime	Accroître, par une information directe, le nombre de jours sans victimes d'accident dans le canton	–	39 000.–	Polci + validation EMG	2013	Période record: 12.02. 08h20 – 18.02. 14h15, soit 6 jours et 05h55
DSJ/Pol cant	Reste cool et partage la route	Inciter les usagers à respecter les règles élémentaires et à faire preuve d'égard mutuel	–	26 500.–	Polci + validation EMG	20.05–01.11.2015 reconduite en 2016	Action suivie médiatiquement sur le plan régional. Forte visibilité. Nombreux contacts établis, notamment lors des Slow Up. Action reprise par la Police cantonale VS

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DSJ/Pol cant	Je conduis – tu conduis	Remise d'un porte-clefs aux usagers de la route, les incitant à ne pas conduire sous l'effet de l'alcool	–	~ 26 000.–	Polci + validation EMG	01.10 – 31.12.2016	En cours
DSJ/Pol cant	See You	Rappeler à l'ensemble des usagers, et en particulier aux plus faibles, l'importance de la visibilité dans la circulation	–	~ 28 500.–	Polci + validation EMG	08.10 – 30.11.2016	Lancement officiel lors de la Foire de Fribourg
DEE	Campagne OFF	Réduction de la consommation d'électricité	Loi sur l'énergie	1 000 000.–	Conseil d'Etat	Octobre 2013 – Décembre 2015	Toutes les mesures engagées. Taux de pénétration excellent (> 70%). Résultat très positif. Objectif atteint
DEE/SdE	Programme Bâtiments	Stimuler l'assainissement des bâtiments et la sortie des énergies fossiles	Loi sur l'énergie	50 000.–	Conseil d'Etat	En cours	–
DEE/SdE	Lancement Certificat énergétique cantonal des bâtiments	Information des professionnels et des propriétaires sur l'obligation de réaliser le CECB	Loi sur l'énergie	50 000.–	SdE	2013–2014	Diffusion de documents, interventions lors de conférences, présences lors de manifestations (par ex. Foire de Fribourg)
DEE/RCS	Obtention du label du bilinguisme	Certifier les qualités bilingues du service	–	2 000.–	DEE/RCS	Septembre 2014	Diffusion dans la presse et sur les réseaux sociaux
DEE/RCS	Mesure InsertH	Création d'emplois protégés en entreprises	–	2 000.–	DEE/RCS Pro Infirmis	Février 2016	Très bonne diffusion médiatique et, à ce jour, 40 000 vues et 1000 likes sur Facebook pour le portrait de Victor Costa, un jeune travailleur au Registre du commerce
PromFR/DEE	Réalisation magazine FNF	Promotion des entreprises fribourgeoises	Association FNF	200 000.– (EtatFR: 45 000.–)	DEE/PromFR	Chaque année depuis 2001	Tirage de 5000 exemplaires. Version online en progression. Nombreux retours positifs. Participe à l'image dynamique du canton FR
PromFR	Prix à l'innovation	Promotion des entreprises fribourgeoises  Plates-formes pour les firmes les plus innovantes du canton	Règlement Prix à l'innovation	150 000.– (EtatFR: 75 000 BCF: 75 000.–)	DEE/PromFR BCF	Tous les deux ans depuis 1991	Excellent retour pour l'image des entreprises

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
SPE	20 ans des ORP	Promouvoir et dynamiser l'image des ORP et du SPE auprès de ses publics  Faire mieux connaître les prestations du SPE auprès de ces mêmes publics	LES LACI	13 313.– pour le canton (financement par le SECO, aucuns frais pour le canton)	SECO/DEE/SPE	Année 2016	13 événements externes (Petits déjeuners employeurs, Job dating, expo photo, débat Radio Fribourg, etc.) réalisés durant l'année.  244 employeurs ont participé à ces événements. Très bon retour de la part des employeurs, des bénéficiaires de l'assurance-chômage et des médias.
DEE/SStat	300 000 Fribourgeois	Sensibiliser à la croissance démographique à travers les différentes composantes (santé, migration, naissance, vieillissement)	Loi sur la statistique	25 000.–	SStat/DEE	Octobre 2014	Bons retours notamment dans la presse. Plus personne n'ignore la question démographique du canton de Fribourg.
DEE/SStat	Journées suisses de la statistique	Favoriser la coordination intercantonale et avec la Confédération en matière de statistique publique, de recherche et industrielle	–	80 000.– (Etat FR: 10 000.–)	SStat/DEE/OFS	Août 2011	Retours dans la presse, reconnaissance pour le canton qui avait pu imposer ses thèmes
DSAS	Le BEF, soutenu par la Commission de l'égalité et de la famille, a lancé sous le titre de campagne « <b>Elections et égalité</b> » des événements de promotion de l'égalité dans la politique: > 16 septembre 2015: une Conférence de presse où les candidates au Conseil national ont présenté un thème de politique nationale; > 1 <sup>er</sup> octobre 2016: une matinée de conférence et un après-midi d'atelier sur les (en)jeux de pouvoir (pour les femmes) en politique.	Ces démarches ont pour but de donner de la visibilité à la thématique de l'égalité en politique ainsi que de mettre l'accent sur les femmes qui s'engagent et tirer des leçons de leurs expériences et compétences. Il s'agit en effet d'encourager les femmes, les partis politiques et l'électorat à aller de l'avant et de favoriser l'égalité en politique.	Loi instituant un Bureau et une Commission de l'égalité hommes-femmes et de la famille  Cst. cant. art. 9 al. 2)  Cst. féd. (art. 8 al. 3)	Pour la communication spécifiquement, les démarches ont été menées à l'interne sur les ressources (temps de travail) du BEF.  800 francs de travail de graphisme	Ces démarches entrent dans les tâches courantes du BEF; elles ont été présentées à la Directrice SAS qui assure, lors des deux démarches, l'ouverture de la manifestation.	De septembre 2015 à octobre 2016	Notons que le premier événement (septembre 2015) a été salué par les candidates qui ont beaucoup valorisé la possibilité de pouvoir se présenter à la presse. Par ailleurs, plusieurs médias ont relayé cette manifestation, voire thématisé la question de l'égalité en politique par un article d'approfondissement ou une émission de radio.



Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DSAS	Hôpital fribourgeois Campagne de promotion (externe) «Domino»	<p>Informers la population de la mission, de la vision et des valeurs de l'hôpital fribourgeois (HFR)</p> <p>Créer un sentiment d'appartenance avec son hôpital, renforcer le côté humain, retrouver la confiance</p>	–	64 000.–	HFR: Conseil de direction	<p>Début: juin 2015 Fin: à la fin de 2016 (certaines mesures continueront d'être déployées au-delà de ce délai, par exemple l'introduction d'un slogan)</p>	<p>De manière générale, la campagne a reçu de bons échos spontanés de la part de collaborateurs de l'HFR.</p> <p>Un sondage effectué en juin 2016 sous forme d'interviews réalisées auprès de patients/visiteurs sur tous les sites hospitaliers (non représentatifs) a montré des résultats très positifs. Il en est notamment ressorti que le message a été bien perçu et apprécié (exemples de réponses: «Le patient se trouve au centre de l'attention», «Les illustrations dégagent une chaleur humaine», «Les illustrations expriment la compétence professionnelle, mais aussi l'encadrement humain»). La campagne elle-même a aussi été bien perçue.</p>
DSAS	Proches aidants avec, en point de mire, la Journée des proches aidants (30 octobre)	<p>Participation à la campagne intercantonale (cantons romands) visant à reconnaître l'importance des proches aidants dans la société et à faire connaître les prestations disponibles dans les cantons pour les soutenir.</p> <p>L'événement clé de la campagne est la journée du 30 octobre mais le sujet est repris durant l'année.</p>	LInf	<p>28 000.–</p> <p>La campagne existe depuis plusieurs années sur VD et GE. Un travail de fond, incluant le concept graphique de base, a donc déjà été réalisé et a bénéficié aux autres participants. VD a en outre assumé divers coûts la première année et l'implication des autres cantons depuis 2015 a permis à Fribourg de bénéficier d'un projet dont les coûts étaient bien plus bas que s'il avait mis en place le concept lui-même et d'une présence médiatique plus large.</p>	DSAS	<p>Chaque année depuis 2015, événements autour de la journée.</p> <p>Le sujet est traité toute l'année en intégrant la question des proches aidants dans les communications de la DSAS et via un site Internet spécifique.</p>	<p>Joli succès avec des événements organisés sur l'ensemble du territoire cantonal (conférences, portes ouvertes, projections de films, ...)</p> <p>La collaboration intercantonale a été essentielle pour la mise en œuvre de la journée.</p> <p>La thématique a été largement reprise dans tous les médias régionaux, permettant de faire connaître le terme de «proche aidant» et de commencer à l'ancrer dans le vocabulaire commun. Les associations et organisations présentes ont donné dans l'ensemble des retours très positifs.</p> <p>Les informations essentielles sur les offres de soutien aux proches aidants ont été relayées via un site Internet et des publications ad hoc.</p>

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DSAS	Pauvreté et exposition itinérante «Si Jamais»	<p>L'année 2010 a été déclarée Année européenne de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Dans ce cadre, la DSAS fait venir à Fribourg-Centre du 4 au 16 octobre une exposition intitulée «Si Jamais», mise sur pied par la Conférence suisse des institutions d'action sociale (CSIAS) et déjà montrée dans plusieurs villes de Suisse. Son but est de sensibiliser le grand public aux thématiques liées à la pauvreté et à l'exclusion.</p> <p>La venue de cette exposition a également été l'occasion de présenter un état des lieux des différentes mesures prises dans les Directions dans le domaine de la lutte contre la pauvreté et d'informer sur les soutiens existant dans le canton.</p>	LInf	35 000.–	DSAS	De septembre à octobre 2010	<p>L'exposition a attiré quantité de personnes, dont beaucoup de jeunes (visite des écoles).</p> <p>Les institutions et associations (La Tuile, Le Tremplin, Fri-Santé, Banc public, Lire et Ecrire, Pro Senectute, Caritas, La Croix-Rouge fribourgeoise, Pro Juventute) étaient satisfaites de l'intérêt suscité par leurs présentations et du nombre de visites.</p> <p>Les événements organisés en parallèle à l'exposition – cycle de conférences et café scientifique – ont attiré plus de 150 personnes.</p>
DFIN	FriTax	<p>Promouvoir le dépôt électronique de la déclaration d'impôt. Objectif: 70 000 à 80 000 contribuables utilisent le dépôt électronique</p> <p>Inciter à l'utilisation du logiciel FriTax avec ou sans dépôt électronique. Augmentation souhaitée de 5%</p> <p>Moderniser l'image de l'administration et du canton</p>	ROF 2014_099 du 10 décembre 2014	100 000.–	DFIN	<p>Conférence de presse le 07.01.2015</p> <p>Le site FriTax.ch est toujours actif au 07.07.2016 ainsi que le tutoriel vidéo.</p>	<p>En 2015, le site Internet du Service cantonal des contributions (y compris le site Fritax.ch) a enregistré une augmentation de 88 227 sessions par rapport à 2014, passant de 317 173 à 405 400. Par ailleurs, le nombre de pages visitées a augmenté de plus de 1,1 million. Cette augmentation se répartit surtout sur les premiers mois de l'année (simultanément à la campagne de promotion).</p> <p>61 458 contribuables ont utilisé le dépôt électronique pour l'année fiscale 2014. La moitié des utilisateurs FriTax ont ainsi opté pour le dépôt électronique.</p> <p>Augmentation de 15% de l'utilisation du logiciel FriTax (avec ou sans dépôt électronique). 123 000 contribuables l'ont utilisé.</p>

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DAEC	Forum déchets	Bulletin d'information romand sur la diminution et la gestion des déchets	–	Fondation Pusch, avec le soutien des cantons romands et sponsoring. Pour Fribourg, 2 000 francs par année	SEn	Depuis 1995	Le bulletin est envoyé à toutes les communes fribourgeoises pour les tenir au courant des dernières informations dans le domaine des déchets, expériences d'autres communes, etc.
DAEC	Coup de balai	Sensibiliser contre le <i>littering</i>	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	Environ 15 000 francs par année (matériel mis à la disposition des communes participantes, gants, affiches, site Internet)	SEn en accord avec la DAEC	Chaque année depuis 2005	Entre 30 et 40 communes participent chaque année au Coup de balai. Sensibilisation des jeunes au problème du <i>littering</i> . Moins de déchets dans les communes participantes
DAEC	energie-environnement.ch	Sensibiliser et motiver le grand public  Responsabiliser le grand public sur son comportement  Aider le grand public à faire les bons choix	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	225 000 francs par année financés par les cantons de BE, GE, JU, FR, NE, VD et VSs, dont quelque 30 000 pour le canton de Fribourg (22 000 francs pour la plate-forme et les campagnes sur le budget du SdE, le reste pour la traduction (moitié SdE, moitié SEn). VS, BE et FR financent la traduction du site et des campagnes.	SdE et SEn en accord avec la DAEC et la DEE	Depuis 2005	Quelque 500 000 visites annuelles sur le site Internet <a href="http://www.energie-environnement.ch">www.energie-environnement.ch</a> , la plate-forme d'information des services de l'énergie et de l'environnement des cantons romands et de Berne  De nombreuses campagnes organisées, notamment pour les écoles
DAEC	25 ans du Service de l'environnement	Organiser différentes activités dans les districts pour montrer les défis à relever ensemble pour continuer à préserver nos ressources et notre environnement	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	25 000 francs (+ participation de l'Université de Fribourg)	SEn en accord avec la DAEC et le CE	2010	Manifestation dans chaque district du canton durant les mois de mai et juin, série d'affiches au format mondial, diapositives diffusées durant tout le mois de septembre dans les cinémas, café scientifique organisé le 25 novembre 2010 par la Faculté des sciences de l'Université de Fribourg en collaboration avec le SEn

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DAEC	20 ans de l'ordonnance fédérale sur la protection contre les accidents majeurs dans le canton de Fribourg	Faire le point avec les entreprises assujetties, les communes, les préfetures et les aménagistes	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	11 500 francs (+ participation du Club Environnement Energie Sécurité)	SEn en accord avec la DAEC	2011	Séance d'information le 17 novembre 2011 à l'Espace Nuithonie, en collaboration avec le «Club Environnement Energie Sécurité». Environ 200 participants
DAEC	«airCheck»	Livrer en temps réel des données sur la qualité de l'air en Suisse et dans les cantons	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	Application financée par les cantons. Pour Fribourg, 1 800 francs pour le développement de l'application, puis 700 francs par année	SEn	Depuis 2012	Application smartphone «air-Check» en collaboration avec la Ligue suisse contre le cancer et la Ligue pulmonaire suisse
DAEC	De l'air!	Réduire le pic de pollution aux particules fines	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	16 000 francs Cette action a également été financée par le SMO et l'OCN	DAEC sur la proposition du SEn	2013	Le canton de Fribourg avec l'Office de la circulation et de la navigation (OCN) a lancé une action promotionnelle en faveur des transports publics. L'opération n'a pas été reconduite lors des pics de pollution à cause du faible nombre d'abonnements achetés.
DAEC	Le SEn vous transmet la clé de l'information	Informers les architectes, ingénieurs et communes sur les bases légales dans le domaine de l'eau	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	11 000.–	SEn	2013	Réalisation d'une clé USB qui contient un fichier PDF avec des liens vers les nouvelles aides à l'exécution, notices d'information et formulaires qui aideront les architectes, ingénieurs et communes à appliquer les bases légales en vigueur en matière d'évacuation des eaux des biens-fonds
DAEC	www.manifestation-verte.ch	Fournir une information concentrée et pratique, destinée à ancrer tout événement dans la durabilité et le respect de l'environnement	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	Contribution financière des cantons de FR, GE et VD, des villes de Lausanne, Neuchâtel et Nyon, ainsi que de l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) et Swiss Olympic. Pour Fribourg, contribution unique de 2 500 francs	SEn	Depuis 2014	La plate-forme <a href="http://www.manifestation-verte.ch">www.manifestation-verte.ch</a> a été lancée en Suisse romande le 12 mai 2014. Une information a été envoyée à tous les publics-cibles concernés.

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DAEC	Ma commune sans herbicides	Inciter les communes à ne plus utiliser d'herbicides	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	18 000.– pour les panneaux et les logos  13 '000.– pour les cours (le SEn a pris en charge la moitié du prix du cours, le reste a été payé par les communes)	SEn	2014–2015	48 communes ont participé aux cours sur l'entretien avantageux et écologique des bordures de routes et des espaces verts que le SANU a organisés en partenariat avec le SEn.
DAEC	fribourg-climat.ch	Protection du climat: 100 citoyens et citoyennes supplémentaires s'engagent chaque année à agir pour le climat.	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	118 000.–	DAEC	2014–2018	357 personnes se sont engagées en faveur du climat sur le site Internet.
DAEC	Portes ouvertes à la station de mesures de Pérolles	Présenter la nouvelle station de mesure de la qualité de l'air de Pérolles aux habitants du quartier	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	700.–	SEn	2015	Portes ouvertes à la station de mesures de la qualité de l'air de Pérolles, en partenariat avec l'association de quartier  Une cinquantaine de participants
DAEC	Année internationale du sol.  Plusieurs manifestations dont: > Mesures de protection des sols sur les chantiers: chances et difficultés sur le terrain	Echanger des expériences entre les différents acteurs de la protection des sols	Droit fédéral (art. 10e LPE; art. 50 LEaux)  Droit cantonal (art. 38 LCEaux; art. 8 LGD)  Convention d'Aarhus	6 400.– sur le budget du SEn  Pour les autres manifestations, voir IAG, SAgri	Groupe de coordination pour la protection des sols Ecole d'ingénieurs	2015	Table ronde dans le cadre de l'année internationale des sols, mercredi 18 novembre 2015, à l'aula de l'IAG  Environ 80 participants
DAEC	Gestes durables au travail	Sensibiliser les employé-e-s de l'Etat aux gestes quotidiens du développement durable	Constitution, Stratégie DD du canton de Fribourg	2 000.– pour un mandat d'illustration à A. Dousse, étudiant de l'EIKON	CE pour la stratégie DD DAEC pour le mandat	Campagne lancée en mars 2015 et achevée en décembre 2015	14 gestes durables illustrés et expliqués ont été envoyés en 4 fois à tous les employé-e-s de l'Etat, y compris enseignants et administration HFR.
DAEC	Réseau ferroviaire régional: la vision du canton de Fribourg – Rapport de l'espace de planification PRODES 2030	Informers sur les projets d'offre transmis par le canton à l'OFT dans le cadre de l'établissement de PRODES 2030	–	8 758.05 par le SMO (honoraires PROMODAL) et 5 787.90 par la DAEC (impression)	DAEC	Novembre 2014 – Mars 2015	Brochures imprimées dans les deux langues (mars 2015)

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
DAEC	Promotion du guide «Aménagement régional»	Informé de la parution d'un guide consacré à l'aménagement régional	–	3 177.80 pour la réalisation et l'impression du flyer (SeCA)	DAEC	Lancée en 2012 et terminée en 2013	Flyers imprimés dans les deux langues
DAEC	Territoire 2030	Informé la population des modifications LATeC (plus-value et outils de gestion de la zone à bâtir)	Révision de la loi fédérale sur l'aménagement du territoire (LAT)	69 940.– (SeCA)	DAEC	Lancée en 2014 et terminée en 2015	Brochure Territoire 2030 et organisation de 7 soirées d'information dans les districts
CHA	Nouvelle identité visuelle de l'Etat de Fribourg	<p>La création d'une nouvelle identité visuelle et d'une charte graphique est l'occasion de rappeler la raison d'être de l'administration cantonale fribourgeoise auprès des citoyens et citoyennes fribourgeois. Elle permet l'identification sans équivoque des prestations de l'Etat.</p> <p>Une identité visuelle unifiée est également un moyen de réduire des coûts, chaque entité pouvant ensuite épargner les frais de mise en place et d'entretien de la charte graphique.</p>	–	Les coûts pour l'ensemble du projet sont estimés à environ 800 000 francs, qui comprennent le changement de la signalétique extérieure des bâtiments, non prévu au départ, qui vise à offrir une meilleure visibilité aux services de l'Etat au profit du citoyen, et qui a fait l'objet d'une décision particulière du CE, étant donné qu'aucun concept global ne régissait jusqu'alors cette question.	Conseil d'Etat	Lancé en 2008 sous la responsabilité de la Chancellerie d'Etat, le projet a officiellement pris fin en 2013.	Les résultats de l'implémentation de cette nouvelle identité visuelle sont très positifs. Les montants dépensés sont à mettre en balance avec les économies engendrées, grâce à la disparition des très nombreux logos existants jusqu'ici, ainsi qu'avec les économies d'échelle en termes de commandes de papier et de matériel ou de mandats confiés à des entreprises de communication. Rien que pour le Service d'achat du matériel et des imprimés, l'économie se monte à plusieurs dizaines de milliers de francs chaque année. A cela s'ajoutent également les économies de temps et d'énergie, impossibles à chiffrer, réalisées depuis que la nouvelle identité visuelle s'est imposée dans tous les services.
CHA	Mesures de relations publiques prises dans le cadre des Relations extérieures (ex: Saint-Nicolas à Berne, manifestations avec les hauts fonctionnaires proches de Fribourg qui travaillent auprès de la Confédération ou des ex-régies fédérales)	Promouvoir le canton en renforçant sa présence à l'extérieur, particulièrement auprès de la Berne fédérale	<p>Constitution cantonale Art. 5 Relations extérieures</p> <p><sup>1</sup> Le canton de Fribourg collabore avec la Confédération et les autres cantons ainsi qu'avec les organisations régionales, nationales et internationales.</p> <p><sup>2</sup> Il favorise la collaboration intercantonale et interrégionale.</p> <p>Art. 114<sup>e</sup> Relations extérieures</p> <p><sup>1</sup> Le Conseil d'Etat représente le canton.</p>	Entre 20 000 et 45 000 francs sont inscrits chaque année dans le budget du CE, selon le type de manifestations.	Conseil d'Etat	Opérations lancées depuis 2004 et renouvelées chaque année, voire tous les trois ans pour la Saint-Nicolas au Palais fédéral	<p>Le bilan est positif: la manifestation Saint-Nicolas est attendue et remarquée par les parlementaires fédéraux et les hauts représentants de la Confédération, dont certains membres du Conseil fédéral.</p> <p>La rencontre annuelle avec les hauts fonctionnaires proches de Fribourg a permis de créer un réseau profitable à l'ensemble des Directions de l'Etat pour les affaires courantes.</p>

Entité responsable	Titre de la campagne	Objectifs/critères	Bases légales	Financement Fr.	Autorité de décision	Lancée le... Fin prévue le...	Bilan/Résultats
CHA	«Fribourg, le bonheur en plus» «Freiburg macht glücklich»	<p>Promouvoir le canton en renforçant sa présence à l'extérieur</p> <p>Dynamiser et moderniser l'image de Fribourg en développant une image qui corresponde aux réalités actuelles</p> <p>Donner envie de connaître le canton, de venir s'y former, d'y passer des vacances ou des loisirs, de s'y installer comme entrepreneurs ou particuliers</p> <p>Mettre en réseau et coordonner le travail des différents acteurs de l'image cantonale</p>	<p>Législature 2007–2011 (Défi no 5 Renforcer notre économie et positionner notre canton)</p> <p>Législature 2012–2016 (Défi no 6 Cultiver l'identité fribourgeoise et optimiser le fonctionnement des institutions)</p>	<p>Financée paritairement entre l'Etat (50%) et les partenaires privés (50%), soit la BCF, l'ECAB, Groupe E, les TPF, la CCI, la FPE, l'UPCF, l'Association fribourgeoise des hôteliers, Fribourg-Hôtels, GastroFribourg, l'Union fribourgeoise du tourisme, l'Association pour la promotion des produits du terroir du Pays de Fribourg)</p> <p>2014–2016: budget max. 800 000 francs Financement 2014: 656 668 francs Financement 2015–2016: 657 000 francs Coût total pour l'Etat durant la période 2014–2016: 985 334 francs</p> <p>2017–2019: 430 000 francs par an, dont 215 000 francs à la charge de l'Etat</p>	<p>L'association a été créée à la suite du constat que Fribourg souffre d'un déficit d'image. Le Conseil d'Etat a tenu à ce que la démarche soit menée en commun avec tous les «acteurs» de l'image du canton de Fribourg</p> <p>Le Conseil d'Etat a confié la conduite opérationnelle du projet à la Chancellerie d'Etat</p> <p>Concernant la conduite politique du projet et la responsabilité du PPP, elle est assurée par le Directeur ou la Directrice de l'économie, au titre de responsable politique des relations extérieures.</p>	<p>Lancée le 5 décembre 2013</p> <p>Mandat renouvelé le 25 mai 2016</p> <p>Mandat renouvelé jusqu'au 31 décembre 2019</p> <p>Poursuite au-delà de 2019 en fonction des décisions des partenaires</p> <p>Quelques projets phares: &gt; 2015: Swiss Economic Forum, Gordon Bennett, ... &gt; 2016: Fête fédérale de lutte, Tinguely 2016, &gt; 2017: Gordon Bennett &gt; 2018: Marché-concours Saignelégier &gt; 2019: probablement Fête des vigneron</p>	<p>Bilan positif après les trois premières années, qui ont permis la mise en place des outils de la campagne</p> <p>Renouvellement du mandat pour trois ans (2017–2019): la détermination des 13 partenaires de développer la plateforme d'échanges créée autour de la campagne de notoriété et la volonté de continuer à promouvoir l'image du canton de Fribourg ont fait l'unanimité.</p>