



# mit Goût

**Fribourg cultive  
son identité, sa créativité  
et son goût du lien**

Stratégie de marketing urbain de la Ville de Fribourg

**Freiburg pflegt  
seine Identität, seine Kreativität  
und seinen Sinn für Verbundenheit**

Stadtmarketingstrategie der Stadt Freiburg

# mit Gout



## Conception et réalisation

### Ville de Fribourg

Secteur marketing urbain  
durabilité et projets

**Pierre Jenny** (rédaction)

**Agence volontiers** (direction artistique et graphisme)

**Adrien Perritaz** (photographie)

Les photographies des événements  
sont fournies par les organisateurs-rices

—  
Place de l'Hôtel-de-Ville 3, 1700 Fribourg, Suisse  
CreativeCityFribourg@ville-fr.ch  
www.ville-fr.ch

© Ville de Fribourg 2025



**Fribourg**  
Ville de  
Gastronomie



**unesco**  
Membre du  
Réseau des Villes créatives

En 2021, lorsque le Conseil communal structurait ses objectifs de législature, renforcer la visibilité de Fribourg au-delà de ses frontières est apparu comme une évidence. La ville et sa région possèdent en effet de nombreux atouts à faire valoir ; chacun d'entre eux peut et doit nous servir de levier. Il y a bien sûr la centralité géographique de notre cité, son bilinguisme et son patrimoine historique, de même que d'importants pôles de compétences comme ses hautes écoles et ses clusters d'innovation. De plus, nous avons la chance d'être portés-es par une vie associative riche et de nombreux-ses acteurs-rices des domaines public comme privé qui, chacun-e à leur façon, permettent à la ville de rayonner.

Alors, comment marier tous ces éléments de manière équilibrée pour renforcer encore l'attractivité de la ville et son identité ?

La réponse aux multiples facettes, vous la trouverez au fil de ces pages, en découvrant la stratégie de marketing urbain que la Ville s'est définie. Nous nous réjouissons de partager avec vous ses axes de développement, ses mesures et leur mise en œuvre.

Dans ce cadre, le fait d'avoir été désignée « Ville suisse du goût » en 2023 aura posé les premiers jalons

de notre réflexion. En effet, cette nomination a non seulement permis à la ville de valoriser le patrimoine culinaire local à travers quelque 460 événements, mais aussi – peut-être surtout – de créer et de fédérer tout un réseau d'acteurs-rices autour de la gastronomie. Avec ce thème, nous tenions l'ingrédient central : une base commune sur laquelle bâtir une stratégie, dont l'impact a tout de suite pu être mesuré. Travailler ensemble autour de la gastronomie a en effet occasionné un changement de culture au niveau des relations public-privé. Cela a permis de mettre en place un cadre encourageant la mutualisation des ressources et des compétences ainsi que de fructueux partenariats pour l'ensemble des parties, dans tous les secteurs d'activités (culturel, social, sportif, touristique, économique et de la formation). Les collaborations entretenues avec le Festival international du film de Fribourg (FIFF), le Salon InnoFood & Co (organisé par le Cluster Food & Nutrition), les événements de cuisine partagée de Melting popote, le Morat-Fribourg ou encore Nova – Les rendez-vous de l'hiver, parmi bien d'autres, en témoignent.

En parallèle, il était important pour la Ville de capitaliser sur l'héritage de cette année 2023 tout entière tournée vers le goût. Voilà pourquoi Fribourg a souhaité intégrer le Réseau des villes créatives de l'UNESCO (RVCU),

dans le domaine de la gastronomie. Sa candidature acceptée, elle est devenue en automne 2023 avec Montreux – domaine de la musique – l'une des deux premières communes de Suisse à entrer dans ce prestigieux réseau et la première ville créative de gastronomie helvétique. Cette étiquette internationale représente une valeur ajoutée bienvenue pour notre ville puisque la tradition, la créativité et l'innovation en matière culinaire sont désormais présentées comme des facteurs stratégiques d'un développement urbain durable.

Aujourd'hui, nous sommes heureux-ses de constater que la mayonnaise a pris. Notre stratégie de marketing urbain, qui fait la part belle à la gastronomie, déploie déjà ses ailes. Et vous verrez à quel point, en feuilletant les pages de cette publication, elle est dynamique. Ville, Canton, entreprises, restaurateurs-rices, personnalités ou encore organisations et associations de la région : toutes les parties prenantes de cette stratégie se réunissent désormais autour d'une vision partagée et rayonnent ensemble pour porter aussi haut et loin que possible l'image de Fribourg.

À travers des témoignages, des interviews, des portraits et des exemples concrets, vous découvrirez comment chacune et chacun apporte sa pierre à l'édifice. La liste des acteurs-rices présents-es dans cette publication n'est évidemment pas exhaustive : les talents sont nombreux et il existe bien d'autres projets qui, à leur échelle, permettent à Fribourg d'être reconnue comme une ville créative de gastronomie.

Nous remercions ici toutes les personnes qui ont donné et donnent vie à cette stratégie au quotidien. Qu'elles continuent à la nourrir en coopérant à travers des partenariats, en lançant de nouvelles initiatives, en remettant au goût du jour nos traditions culinaires, en innovant de quelque façon que ce soit ou, tout simplement, en préparant de bons petits plats à partager.

Bonne lecture, bon appétit !

Le Conseil communal de la Ville de Fribourg

Als der Gemeinderat 2021 seine Legislaturziele festlegte, war eines sofort klar: Die Sichtbarkeit Freiburgs über die Stadtgrenzen hinaus zu fördern, ist entscheidend. Unsere Stadt und die Region verfügen über zahlreiche Stärken – jede einzelne davon kann und sollte gezielt genutzt werden. Dazu zählen die geografische Zentralität, die Zweisprachigkeit, das historische Erbe sowie bedeutende Kompetenzzentren wie Hochschulen und Innovationscluster. Darüber hinaus profitieren wir von einem lebendigen Vereinsleben und engagierten Akteurinnen und Akteuren aus öffentlichen und privaten Bereichen, die auf ihre Weise zur Ausstrahlung der Stadt beitragen.

Die Frage lautet: Wie lassen sich all diese Elemente ausgewogen verbinden, um die Attraktivität der Stadt zu steigern und ihre Identität zu festigen?

Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen, wie die Strategie für das Stadtmarketing diese vielschichtige Herausforderung in Angriff nehmen will. Wir freuen uns, Ihnen die zentralen Entwicklungsschwerpunkte, geplanten Massnahmen und deren Umsetzung vorzustellen.

In diesem Zusammenhang war die Ernennung zur «Schweizer Genusstadt» im Jahr 2023 ein wichtiger Meilenstein. Sie ermöglichte nicht nur, das lokale kulinarische Erbe in rund 460 Veranstaltungen zu präsentieren, sondern – und vielleicht noch entscheidender – ein Netzwerk von Akteurinnen und Akteuren rund um die Gastronomie aufzubauen und zu unterhalten. Dieses Thema bildete die zentrale Grundlage – eine gemeinsame Basis, auf der eine Strategie entwickelt werden konnte, deren Wirkung sofort spürbar war. Die Zusammenarbeit im Bereich Gastronomie führte zu einem kulturellen Wandel in den Beziehungen zwischen öffentlichen und privaten Partnern. Sie schuf einen Rahmen, der die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Kompetenzen fördert und fruchtbare Partnerschaften in allen Tätigkeitsfeldern ermöglicht – von Kultur, Soziales, Sport und Tourismus bis hin zu Wirtschaft und Bildung. Die Kooperationen mit dem Internationalen Filmfestival Freiburg (FIFF), der Messe InnoFood & Co des Food & Nutrition Clusters, den Shared-Cooking-Events von Melting Popote, dem Murtenlauf oder Nova – Rendez-vous im Winter, um nur einige zu nennen, zeigen dies eindrucksvoll.

Parallel dazu war es der Stadt wichtig, das Erbe des Jahres 2023, das ganz im Zeichen des Genusses

stand, nachhaltig zu sichern. Deshalb wollte Freiburg, dem UNESCO-Netzwerk der Kreativen Städte (UCCN) im Bereich Gastronomie beitreten. Mit der Annahme ihrer Bewerbung wurde die Stadt im Herbst 2023 – gemeinsam mit Montreux im Bereich Musik – zu einer der beiden ersten Gemeinden der Schweiz, die in dieses prestigeträchtige Netzwerk aufgenommen wurden, und zur ersten kreativen Gastronomiestadt der Schweiz. Dieses internationale Label ist ein willkommener Mehrwert für unsere Stadt, denn Tradition, Kreativität und Innovation in der Gastronomie werden nun als strategische Faktoren für eine nachhaltige Stadtentwicklung präsentiert.

Heute freut es uns zu sehen, dass die Initiative Früchte trägt. Unsere Strategie für das Stadtmarketing, die der Gastronomie einen besonderen Stellenwert einräumt, entfaltet bereits ihre Wirkung. Beim Durchblättern dieser Publikation werden Sie erleben, wie dynamisch sie ist. Stadt, Kanton, Unternehmen, Gastronominnen und Gastronomen, verschiedene Persönlichkeiten sowie Organisationen und Vereine der Region – alle Beteiligten dieser Strategie arbeiten nun gemeinsam an einer geteilten Vision und tragen zusammen dazu bei, das Image Freiburgs so weit und so stark wie möglich zu verbreiten.

Anhand von Erfahrungsberichten, Interviews, Porträts und konkreten Beispielen erfahren Sie, wie jede und jeder Einzelne dazu beiträgt, die Strategie mit Leben zu füllen. Die in dieser Publikation genannten Akteurinnen und Akteure sind selbstverständlich nicht abschliessend: Die Talente sind zahlreich, und es gibt viele weitere Projekte, die auf ihre Weise dazu beitragen, dass Freiburg als kreative Gastronomiestadt anerkannt wird.

An dieser Stelle danken wir allen Personen, die diese Strategie täglich mit Leben füllen. Mögen sie sie weiterhin bereichern – durch Kooperationen und Partnerschaften, durch neue Initiativen, indem sie unsere kulinarischen Traditionen neu beleben, Innovationen vorantreiben oder einfach köstliche Gerichte zum Teilen zubereiten.

Viel Vergnügen beim Lesen – und guten Appetit!

Gemeinderat der Stadt Freiburg



15 septembre 2025 :  
La Bénichon des entreprises  
organisée par l'Association régionale  
de la Sarine (ARS) et la Ville de Fribourg  
en partenariat avec Terroir Fribourg  
Fribourg Tourisme et GastroFribourg



# La stratégie

Résumé des 4 axes stratégiques  
du marketing urbain de la Ville de Fribourg

Zusammenfassung der vier strategischen  
Schwerpunkte des Stadtmarketings der  
Stadt Freiburg



1

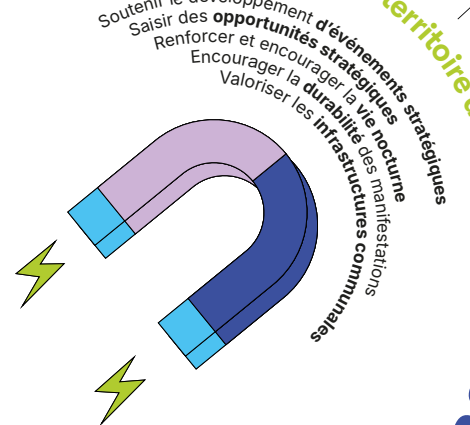
- Gemeinsame Vision**  
**Die Ämter der Stadt**  
**und ihre strategischen**  
**Partner vereinen**
- Die bereichsübergreifende Kultur innerhalb der Stadtverwaltung stärken
  - Transversale Prozesse koordinieren, harmonisieren und vereinfachen
  - Das gute Image der Stadt wahren
  - Strategische Partnerschaften stärken und aufbauen

2

- Sichtbarkeit**  
**Die Stärken der**  
**Stadt hervorheben**
- Die Stadt und ihre Angebote fördern
  - Die Akteurinnen und Akteure der Stadt sowie die Bevölkerung sichtbar machen und wertschätzen
  - Die Zweisprachigkeit fördern
  - Die Förderung von Natur und Kulturerbe im städtischen Raum unterstützen
  - Multimodale Zugänglichkeit und sanfte Mobilität fördern



## Attractivité



3

- Attractivité**  
**Das Stadtgebiet nachhal-**  
**tig beleben**
- Die Entwicklung strategischer Veranstaltungen unterstützen
  - Strategische Chancen nutzen
  - Das Nachtleben stärken und fördern
  - Die Nachhaltigkeit von Veranstaltungen unterstützen
  - Die kommunale Infrastruktur aufwerten



4

- Gastronomie**  
**Umsetzung des**  
**Vierjahres-Aktionsplans**  
**des UNESCO-Netzwerks**  
**der kreativen Städte im**  
**Bereich Gastronomie**
- Innovation in der Forschung fördern
  - Soziale Innovation begünstigen
  - Event- und Kulturinnovation unterstützen

## Vision 2035

Fribourg, ville créative de gastronomie,  
reconnue aux niveaux cantonal, national  
et international

Freiburg, kreative Stadt der Gastronomie,  
wird auf kantonaler, nationaler und  
internationaler Ebene anerkannt.

# menu

Cet ouvrage présente la stratégie de marketing urbain de la Ville de Fribourg à travers un thème rassembleur et qui fait l'une des fiertés de la capitale cantonale: la gastronomie.



## **Amuse-bouches**

16 citations de personnalités fribourgeoises qui dévoilent leur relation à la nourriture

— Pages: 12, 19, 20, 22, 27, 39, 40, 53, 61, 70, 73

## **Entrées**

Les stratégies et visions partagées entre la Ville de Fribourg et 7 de ses partenaires

— Pages: 09, 24, 36, 44, 54, 68, 76

## **Plats principaux**

5 événements stratégiques qui résument, par l'exemple, l'ensemble des 4 axes de la stratégie de marketing urbain de la ville

— Pages: 14-17, 30-33, 46-49, 56-59, 62-65

## **Plateau de fromages**

Anecdotes savoureuses de 9 restaurateurs·rices de la place et des liens forts qui les unissent à la capitale, et sa population, ses traditions et ses producteurs·rices locaux·les

— Pages: 12, 19, 23, 26, 38, 53, 61, 72, 74

## **Desserts**

6 recettes originales concoctées par 7 grands chefs fribourgeois

— Pages: 11, 29, 34, 43, 51, 66



# Fribourg Tourisme

## **Comment se concrétise aujourd'hui la collaboration entre Fribourg Tourisme et le Secteur du marketing urbain de la Ville de Fribourg ?**

La collaboration entre Fribourg Tourisme et le Marketing urbain de la Ville de Fribourg se déploie de manière concrète et dynamique autour de plusieurs projets à forte valeur ajoutée. Nous travaillons notamment ensemble dans le cadre d'un groupe de travail consacré à la valorisation du patrimoine brassicole de la région, un thème porteur qui croise les enjeux culturels, touristiques et identitaires. Ce partenariat s'est également illustré dans des actions à portée événementielle, comme le lancement des « Aperitivo du Bourg », qui permettent d'animer ce quartier historique tout en renforçant l'image conviviale et créative de la ville. Par ailleurs, le Secteur du marketing urbain a cofinancé un spot promotionnel diffusé par Suisse Tourisme valorisant la gastronomie et la créativité de notre région. Ce type d'initiative témoigne d'une convergence naturelle entre nos deux entités : nous agissons les deux en faveur de la mise en valeur du territoire, de son attractivité et de sa singularité. Nos échanges sont réguliers, fluides et productifs, notamment via les nombreux groupes de travail auxquels nous participons conjointement. La relation étroite que nous entretenons avec le responsable du Secteur et son équipe est à la fois professionnelle, amicale et constructive.

## **Quels sont vos souhaits pour renforcer les synergies ?**

Les synergies sont déjà nombreuses et fructueuses et nous portons un regard très positif sur l'état actuel de la collaboration. La variété des projets partagés, la réactivité des échanges et la capacité à coconstruire sont autant de signes d'une dynamique bien installée. Le cofinancement de certains projets communs est également un levier important, que nous saluons. Dès lors, il serait difficile de formuler des attentes précises allant au-delà de ce qui est déjà bien en place. Si renforcement il devait y avoir, il pourrait passer par la consolidation de cette dynamique dans la durée, en gardant une

attention commune aux grands enjeux à venir : durabilité, hospitalité, cohérence des messages, etc. L'ouverture constante au dialogue et la complémentarité des approches restent, à nos yeux, les clés du succès à poursuivre.

## **Fribourg est reconnue pour sa gastronomie. En quoi est-ce un atout pour le tourisme ?**

La gastronomie constitue un pilier fondamental de l'attractivité touristique de Fribourg. Elle participe pleinement à l'identité de la destination et s'inscrit dans une stratégie assumée de valorisation du territoire par ses savoir-faire, ses produits et ses traditions culinaires. L'intégration de la ville au Réseau des villes créatives de l'UNESCO, dans le domaine « gastronomie », a servi d'accélérateur et de socle stratégique à notre action touristique à l'échelle du district. De nombreux produits et événements viennent illustrer cette orientation : parcours gourmands, visites thématiques, collaborations avec des restaurateurs-rices, animations de terroir ou encore expériences immersives autour de spécialités locales. La gastronomie n'est pas seulement un motif de visite : elle incarne l'hospitalité, la convivialité et la créativité du lieu. Elle parle à toutes les générations et tous les profils de visiteurs-ses, qu'ils ou elles soient suisses ou internationaux-les. C'est un levier puissant de différenciation dans une concurrence touristique croissante et un terrain fertile pour l'innovation touristique.

**Cédric Clément**  
Directeur



# La recette de Mohamed Azeroual

Une création automnale qui célèbre les saveurs du terroir : la douceur boisée de la châtaigne s'accorde à la profondeur aromatique de la truffe fribourgeoise, à la finesse croquante de la noisette du Piémont et à la richesse lactée du Gruyère AOP. Une alliance de caractère et de délicatesse, hommage aux produits de saison et de notre région.

## La Châtaigne

### Préparation

Faire suer les échalotes et les châtaignes avec la gousse d'ail, à couvert et à feu doux pendant 10 minutes. Mouiller avec le lait et la crème, cuire pendant 15 minutes, puis mixer la crème de châtaignes.

Torréfier les noisettes au four à 180 °C pendant 6 minutes, puis les concasser grossièrement. Tailler la truffe en fine brunoise et faire de même avec le gruyère. Préparer de petits croûtons avec le pain toast et les faire dorer dans un beurre noisette.

Pour le dressage, utiliser une assiette creuse. Déposer au fond la purée de châtaignes, puis ajouter par-dessus les truffes hachées, les cubes de gruyère, les noisettes et les croûtons.

### Ingrédients pour 6 personnes

500 g de châtaignes  
2 échalotes  
1 gousse d'ail  
½ litre de lait  
2 dl de crème  
1 truffe de 50-60 g  
50 g de noisettes du Piémont  
100 g de Gruyère AOP  
4 tranches de pain toast

*La Cène*  
Rue du Criblet 6  
T +41 26 321 46 46



# Café du Midi

Café du Midi  
Rue de Romont 25  
T +41 26 322 31 33

Établi en 1877, le Café du Midi est l'une des plus anciennes « pintes » de la cité des Zehringen. Véritable institution locale, elle perpétue depuis près d'un siècle et demi l'art de vivre fribourgeois à travers une cuisine enracinée dans le terroir et les traditions.

Parmi les spécialités emblématiques de la maison figure la fondue « Schöni », une recette singulière dont l'origine remonte aux années 1950. Elle doit son nom à Albert Schöni, personnage bien connu des Fribourgeoises et des Fribourgeois, alors marchand de vélos à la rue du Criblet. Habitué du Café du Midi, il commandait systématiquement une fondue pur vacherin, préparée exclusivement avec du vin blanc, en lieu et place de l'eau utilisée dans la recette traditionnelle. Cette variante, longtemps restée une préférence personnelle, a traversé les générations pour devenir un incontournable de l'établissement. Aujourd'hui encore, la fondue « Schöni », recette anecdotique devenue culte, incarne un pan de l'histoire culinaire locale, tout en rendant hommage à une figure attachante du Fribourg d'antan.

À travers elle, le Café du Midi continue de célébrer son héritage, en mêlant mémoire collective, authenticité et savoir-faire.

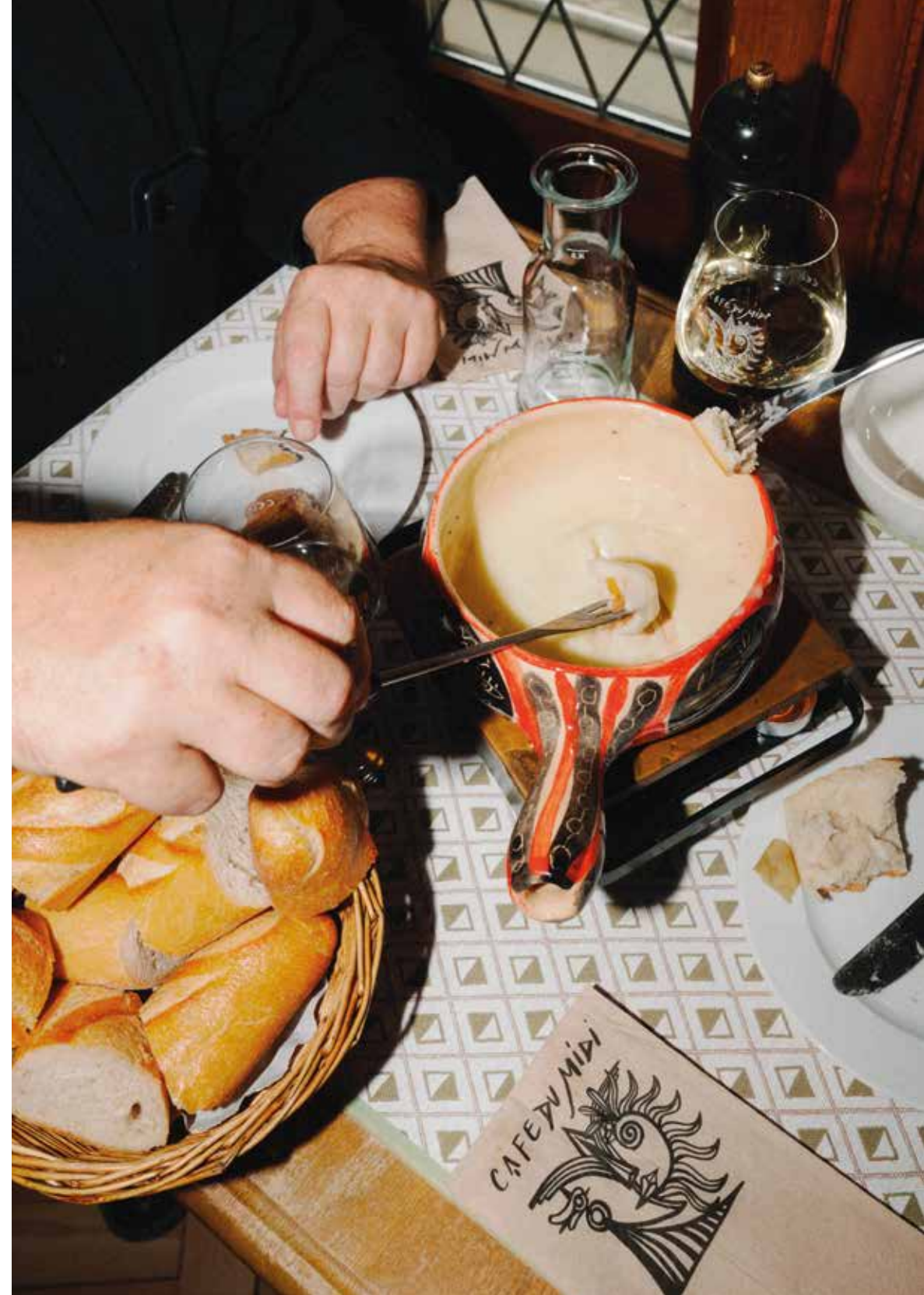
Pascal Hasler

Martina Kull  
Programmatrice de Fri-Son

Monseigneur Charles Morerod  
Évêque du Diocèse de Lausanne  
Genève et Fribourg

**Le plat Loud & Proud:**  
ein gutes Fondue  
avec des artistes  
américains·nes

**Un péché mignon:**  
la fondue au vacherin,  
fil après fil, elle crée  
des liens



# L'Histoire à petites foulées



## LA COURSE MORAT-FRIBOURG MURTENLAUF

*Événement stratégique*

Faire partie de l'Histoire, à grandes foulées ou à petits pas. Depuis 1933, elle est une des pulsations qui rythme le calendrier fribourgeois. Premier dimanche d'octobre. Qu'il pleuve, qu'il vente, que les températures confirment l'été indien ou le début de l'hiver, la magie opère. Seules la mobilisation générale de 1939 et le Covid en 2020 auront fait une entorse à la tradition. L'espace d'une journée, Morat et Fribourg reliées. « C'est la plus vieille course à pied de Suisse et, pendant longtemps, c'était même la seule de cette importance dans notre pays, déclare Frédéric Dumas, Président du comité d'organisation de Morat-Fribourg. Mais on ne peut pas résumer Morat-Fribourg à une compétition sportive uniquement. Elle est bien plus que cela, car elle rappelle et valorise notre histoire, notre culture et notre patrimoine. Elle est populaire, intergénérationnelle et inclusive. Bien entendu, elle commémore la bataille de Morat de 1476 mais, au fil des ans, cette course a elle-même marqué l'Histoire. Elle a symbolisé, bien malgré elle, la lutte des femmes pour leur émancipation dans les années 1970. Sur le plan purement sportif, le temps mis pour parcourir les 17 kilomètres entre Morat et Fribourg reste aujourd'hui encore une valeur de référence pour les coureuses et coureurs suisses, au même titre que celle du 10 kilomètres ou du semi-marathon. » Cette manifestation est inscrite dans l'ADN des Fribourgeoises et des Fribourgeois et fait partie de la liste des traditions vivantes du canton de Fribourg. Si son nom germanophone ne fait référence qu'à la ville de Morat, sa traduction française met en valeur les deux cités, comme un pont reliant les deux cultures linguistiques chères au canton noir et blanc. Le Morat-Fribourg présente l'avantage de faire rayonner les deux communes tant aux niveaux cantonal et national – les participants-es représentaient 24 cantons en 2025 – qu'international, avec la participation de 89 pays. « Au-delà du patrimoine sportif, c'est un événement stratégique pour la Ville de Fribourg, car il représente une vitrine promotionnelle indéniable, se réjouit Luc Mory, chef du Service des sports de la Ville de Fribourg. Les coureuses et coureurs viennent d'horizons différents

et parfois lointains, mais toutes et tous ont Fribourg pour destination. La manifestation attire aussi un très large public, non seulement au bord des routes, mais aussi en ville. Fribourg est clairement nommée comme objectif et il est primordial que l'événement garde son nom et ne devienne pas la course d'une marque de boissons... C'est pour toutes ces raisons que nous réfléchissons à renforcer notre collaboration avec le comité d'organisation. D'un côté, nous proposons des soutiens renforcés tant au niveau des services de la Ville que sur le plan financier ; de l'autre, Fribourg peut bénéficier de l'événement pour déployer diverses mesures stratégiques et proposer des événements annexes. Nous sommes prêts de conclure une convention de partenariat. »

### **Une tradition qui innove**

Depuis sa création, le Morat-Fribourg n'a cessé d'évoluer : arrivée de la course déplacée du Tilleul aux Grand-Places puis à la place Python, compétition au départ de Courtepin, nouvelles catégories comme le « Walking » ou « Unified » pour les personnes en situation de handicap, sans oublier le « Trail Moitié-Moitié » et le Mini-Morat-Fribourg du samedi, devenu une référence pour les enfants. Plus récemment, les organisateurs-rices ont imaginé « la Course des Téméraires », qui permet aux participants-es de découvrir les lieux emblématiques de la ville de Fribourg à la nuit tombée et de déguster ensuite des macarons d'alpage ou une soupe de chalet. « Bien évidemment, l'idée est de mettre en avant le sport, mais en y associant les richesses culturelles, patrimoniales et gastronomiques de Fribourg, estime Frédéric Dumas. C'est une nouveauté que nous aimerions encore développer et, pourquoi pas, l'organiser en semaine déjà. Nous réfléchissons à plusieurs solutions pour faire vivre le Morat-Fribourg le reste de l'année, mais tout cela nécessite des moyens que nous n'avons malheureusement pas encore aujourd'hui. Notre priorité est d'optimiser le confort des participants-es une fois la ligne d'arrivée franchie, du point de vue du ravitaillement, de l'acheminement des bagages, etc. Aujourd'hui, nombreux-euses sont les participants-es à

## On ne peut pas résumer Morat-Fribourg à une compétition sportive uniquement. Elle est bien plus que cela, car elle rappelle et valorise notre histoire, notre culture et notre patrimoine.

avoir leurs habitudes après la course : une fondue à Châtel-Saint-Denis, un poulet au panier à Grandfey... Nous devons travailler pour que ces personnes restent à Fribourg, profitent de la journée sur place, que les spectateurs-rices puissent prendre part à la fête au centre-ville. » Et Jonathan Buchs, chef du Secteur promotion et développement du sport, de poursuivre : « L'influence du Morat-Fribourg dépasse largement le week-end de l'événement. Les coureuses et coureurs s'y préparent des semaines à l'avance, des groupes se forment pour l'entraînement, de nombreuses écoles informent élèves et parents pour que les jeunes prennent part à la course des enfants et s'y préparent ensemble dans le cadre scolaire. Il y a donc un aspect social important dans cette manifestation. Il est évident que l'envie des organisateurs-rices de créer des événements annexes et de faire vivre la manifestation tout au long de l'année pourrait servir la Ville dans ses diverses stratégies, qu'elles soient sportives, culturelles, en faveur du bilinguisme ou même pour la gastronomie. Il y a du potentiel dans tous ces secteurs et nous sommes à un tournant, où la collaboration entre nos services et le comité d'organisation va se renforcer, même si nous entretenons déjà des relations très étroites. »

### L'enjeu majeur de la mobilité

Car, même si en plus de 90 éditions, l'organisation de l'événement est désormais bien rodée, chaque année réserve son lot d'éléments nouveaux, dont il faut tenir compte. « Nous nous rencontrons plusieurs fois par année avec les organisateurs-rices pour anticiper toutes les éventualités et nous coordonner, explique Luc Mory. Le directeur du comité d'organisation nous expose les nouveautés et tous les services de la Ville concernés peuvent pointer du doigt les éléments prioritaires et ceux qui nécessitent une attention particulière. Pour nous, il y a de nombreux paramètres à prendre en consi-

dération comme la sécurité, la maîtrise du flux de coureuses et coureurs le dimanche, la présence du public venu encourager les sportifs-ves, la circulation routière, le parcours du Mini Morat-Fribourg le samedi et désormais la Course des Téméraires, qui se déroule en soirée. Il faut gérer tout cela en tenant compte des travaux en ville de Fribourg, ce qui nécessite une grande coordination entre tous les services concernés et les partenaires comme Groupe E. Certains chantiers doivent être interrompus ou reportés. » « Il faut aussi tenir compte des nouveautés liées aux concepts d'organisation des manifestations, précise Jonathan Buchs. Le règlement général de police de la Ville de Fribourg renforce désormais les éléments liés à la durabilité, à la gestion des déchets et, surtout, il supprime les taxes d'empiètement et d'émolument sur le domaine public. Pour les éléments liés à la durabilité, la Ville a mandaté l'association REPER, qui gère cet aspect sur le terrain par l'intermédiaire du concept Smart Event durant l'événement. »

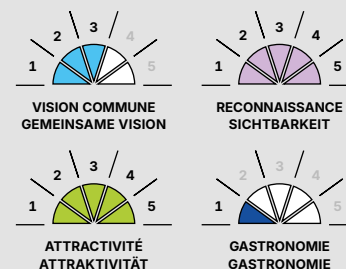
Mais la Ville de Fribourg et les organisateurs-rices ne sont pas seuls-es autour de la table. D'autres partenaires sont indispensables au bon déroulement de l'événement, notamment la Police cantonale et les Transports publics fribourgeois (TPF), car la mobilité reste un enjeu majeur du Morat-Fribourg. Il faut non seulement acheminer les participants-es et leurs bagages à Morat ou Courtepin, gérer le flux de la course et la venue des supporters sur plus de 17 kilomètres de routes cantonales et communales, mais aussi ramener les bagages à Fribourg et permettre aux sportifs-ves et au public de quitter la capitale cantonale. « Au-delà de la fluidité de la course, la mobilité est un défi majeur de Morat-Fribourg, précise Frédéric Dumas. Grâce au Swiss Runners Ticket, compris dans le prix d'inscription et valable durant quatre jours, nous permettons aux coureuses et coureurs de toute la Suisse de participer à notre manifestation en voyageant gratuitement sur l'ensemble du réseau national de transports publics. Desservi par trois compagnies disséminés sur le parcours, notre événement nécessite un travail de coordination pointu, où les TPF occupent un rôle central. » Un concept de mobilité qui pourrait encore se développer, tout comme l'événement phare du dimanche et ses déclinaisons, le temps d'un week-end ou de l'année.



Seit 1933 zählt der Murtenlauf zu den Höhepunkten im Freiburger Veranstaltungskalender. Es ist die älteste Laufveranstaltung der Schweiz und tief verwurzelt in der Geschichte und Identität des Kantons. Das Event ist sportlich, generationenübergreifend und inklusiv. Bei der Ausgabe 2025 nahmen Läuferinnen und Läufer aus 24 Schweizer Kantonen und 89 Ländern teil. Damit ist die Veranstaltung von hoher strategischer Bedeutung für die Stadt Freiburg: Sie empfängt die Ziellinie, profitiert von nationaler und kantonaler Aufmerksamkeit und gewinnt auch international an Sichtbarkeit. Freiburg prüft daher, den Lauf sowohl finanziell als auch logistisch noch stärker zu unterstützen. Die zahlreichen Varianten des Events – darunter der Mini-Murtenlauf am Samstag sowie die Kategorien «Walking», «Unified» «Trail Moitié-Moitié» und neu «Der Lauf der Kühe» – bieten vielfältige Möglichkeiten. Während die Priorität der Organisatoren weiterhin darin liegt, den Teilnehmenden nach dem Zieleinlauf den grösstmöglichen Komfort zu bieten – etwa bei Verpflegung, Gepäcktransport und Infrastruktur –, möchte das Murtenlauf-Komitee das Konzept des Laufs weiterentwickeln. Denkbar sind eine Verlängerung des Events über die aktuellen zwei Tage hinaus sowie zusätzliche Aktivitäten über das restliche Jahr verteilt. Ziel ist es, die Strahlkraft des Murtenlaufs weiter zu erhöhen – vorausgesetzt, die erforderlichen Mittel für die Umsetzung solcher Ziele stehen zur Verfügung.

### Axes stratégiques

#### Strategischen Handlungsfelds





## Les menteurs

Il y a trois odeurs bien connues des Fribourgeois-es : l'odeur particulière du funiculaire, la douce odeur de chocolat Villars et l'odeur du malt torréfié de la Brasserie Cardinal. Cette dernière a disparu avec la fermeture de la brasserie en été 2011. Fondée en 1788, Cardinal faisait partie du paysage fribourgeois depuis plus de deux siècles et sa disparition a laissé un vide... et une pointe de nostalgie dans le cœur de nombreux·ses habitants·es de la ville.

Quand Catherine Portmann, Pascal Hirt et Jean-Christophe Piguet ont ouvert le restaurant Les Menteurs dans les anciens locaux de la brasserie, aujourd'hui intégrés au quartier d'innovation bluefactory, ils ont voulu rendre hommage à ce lieu emblématique. Et on retrouve des clins d'œil un peu partout – au dos des chaises, cachés au plafond et, bien sûr, dans les « canettes ».

En plus de celle de la bonne bière, Les Menteurs tiennent à préserver d'autres saveurs et odeurs fribourgeoises en travaillant avec un maximum de produits de la région : du bœuf bio de Givisiez, du cerf bio de Sorens, des légumes frais de maraîchers·ères locaux·les, des boissons faites maison et bien plus encore. Certains jours, une odeur de torréfaction flotte à nouveau dans le quartier. Grâce à Camille Schönenweid de « Pouponne & Loulette », artisane torréfactrice, qui produit du café de spécialité dans son atelier, qu'elle partage en colocation avec Les Menteurs. Si l'odeur du malt a bien disparu, celle du café torréfié fait désormais partie des lieux.

Helene Zenhäusern



Katharina Fromm  
Rectrice de l'Université de Fribourg

**Le plat «recherche et innovation»:**  
un filet de cerf pour célébrer la chasse (aux fonds)

*Les Menteurs*  
Passage du Cardinal 1  
T +41 26 422 22 17



Magalie Goumaz  
Rédactrice en cheffe adjointe  
La Liberté

**Le remontant à l'heure du bouclage:**  
un canapé au Parfait

Lauriane Schott  
Co-rédactrice en cheffe  
RadioFR

**Le repas pour une belle voix:** le risotto de grand-maman en écoutant la radio





Elisabeth Mauron-Hemmer  
Directrice du Centre d'intégration  
socioprofessionnelle CIS

**Un plat qui représente l'inclusion:**  
une ratatouille bien mijotée, où chaque légume garde sa propre identité, révèle sa saveur et contribue à un ensemble plus savoureux

## SucréSalé

Le canton de Fribourg est une terre riche de traditions et d'animations, ainsi qu'un précieux vivier de produits locaux de premier choix. Pour un-e commerçant-e, c'est une véritable chance : l'année est rythmée par de grands rendez-vous tels que le carnaval, la Saint-Nicolas, la Bénichon, la course Morat-Fribourg, les fêtes de fin d'année NOVA... et bien d'autres encore.

Autant d'occasions pour innover, proposer de nouvelles recettes ou organiser des événements destinés à notre clientèle. Une réelle dynamique s'installe et la Ville de Fribourg est d'ailleurs un partenaire privilégié, qui favorise les synergies entre les divers-es acteurs-rices.

À la Crêperie SucréSalé, nous avons également la chance de collaborer avec des producteurs-rices locaux-les et de mettre en avant des produits de qualité. Le terroir fribourgeois nous offre une abondance de saveurs issues d'un savoir-faire de proximité, que nous sommes heureux-ses de partager avec notre clientèle.

Fribourg, c'est aussi un patrimoine architectural unique. Personnellement, j'aime particulièrement descendre la rue de Lausanne pour aller travailler et apercevoir la cathédrale se dessiner majestueusement à l'horizon. C'est un moment suspendu, une invitation à prendre du recul face au tumulte du quotidien.

Elsa Tièche

SucréSalé  
Rue de Lausanne 50  
T +41 26 321 32 50



# Terroir Fribourg

## **Fribourg est aujourd'hui ville créative de l'UNESCO en matière de gastronomie. En quoi cette reconnaissance peut-elle aider à promouvoir les produits du terroir ?**

Par sa topographie et le savoir-faire de très nombreux producteurs-rices, le canton de Fribourg regorge de produits locaux. Dans plusieurs branches de production agricole, le Canton de Fribourg « exporte » des produits en dehors des frontières cantonales et joue un rôle important dans l'approvisionnement alimentaire de la Suisse. Avec 6 produits enregistrés avec une appellation d'origine protégée (AOP), notre canton est le champion suisse dans le domaine, ce qui atteste l'importance et la variété de notre production. Depuis 2022, l'association Terroir Fribourg et la Ville de Fribourg collaborent de manière beaucoup plus étroite que par le passé. Plusieurs projets ont été réalisés ensemble avec succès comme la Bénichon en ville en 2023. La réalisation du dossier de candidature pour intégrer le Réseau des villes créatives de l'UNESCO a permis de tisser des liens étroits entre la Ville de Fribourg et notre association. L'intégration au RVCU et la mise en œuvre du plan d'action permettent la réalisation de mesures et d'événements qui intègrent les produits certifiés Fribourg – regio.garantie, ce qui apporte une plus-value à l'ensemble des acteurs-rices de la production alimentaire, du pré à l'assiette. La Bénichon sarinoise en ville de Fribourg en 2025, ainsi que les Swiss Cheese Awards 2026 sont deux exemples d'envergure qui permettent de positionner la Ville de Fribourg dans le domaine de la gastronomie et ceci profite naturellement aux producteurs-rices membres de notre association. Je relève que ces activités ne pourraient pas être réalisées sans l'important investissement tant financier qu'humain consenti par la Ville de Fribourg.

## **Fribourg compte aussi de nombreuses traditions comme la Bénichon et la St-Nicolas. De quelle manière ces moments-clés sont-ils des opportunités pour Terroir Fribourg ?**

Pour chaque manifestation, des réflexions sont menées pour définir l'offre en matière de gastronomie. Si, pour la Bénichon, un menu est imposé par la tradition, ce n'est pas le cas pour les autres événements. Il s'agit alors de composer une offre gastronomique élaborée

avec des produits locaux et de saison. Notre canton bénéficie d'un grand nombre de producteurs-rices capables de répondre aux demandes des divers-es organisateurs-rices pour satisfaire aux besoins. Terroir Fribourg sensibilise les organisateurs-rices d'événements sur la provenance des produits et le respect des saisons. Nous encourageons par exemple à remplacer le jus d'orange par du jus de pomme ou à veiller à la provenance des viandes, des produits laitiers et des vins. Des organisateurs-rices relèvent parfois qu'ils-elles rencontrent des difficultés pour s'approvisionner directement chez des producteurs-rices. C'est dans ce contexte que Terroir Fribourg apporte son soutien pour les accompagner dans leurs démarches en leur faisant des suggestions. Notre canton est connu pour son fort attachement aux traditions et Terroir Fribourg est intimement lié à ces racines. Chaque occasion de se rencontrer, de célébrer, de fêter offre un moment de partage autour d'un bon repas et d'un bon verre produits sur sol fribourgeois. Ces moments sont des occasions de consommer local et de se faire plaisir.

## **Développer une vraie stratégie de marketing urbain, une bonne chose, selon vous ?**

Réfléchir à la manière dont nous voulons concrétiser les objectifs qui ont été définis est naturellement une très bonne chose. Depuis quelques décennies, nous constatons un éloignement entre la population des villes et celle des campagnes. Le rapprochement entre Terroir Fribourg, la Ville et plusieurs personnes de son Administration permet d'expliquer les réalités du monde de la production agricole et alimentaire. La production animale suscite, quant à elle, certaines questions auprès de la population, alors que dans l'agriculture tout est imbriqué. La topographie de notre canton permet à certaines régions de faire de la production végétale mais, dans une grande partie de notre territoire, il n'y a pas d'alternative à la production animale, qui permet l'élaboration de produits laitiers et carnés. L'élaboration d'une stratégie permet donc de se poser certaines questions, sans tabou, pour réaliser les objectifs fixés, tout en tenant compte du contexte dans lequel nous vivons. Terroir Fribourg est très heureux d'avoir pu renforcer ces liens avec la Ville de Fribourg, notamment au travers du RVCU. Nous nous réjouissons de poursuivre notre engagement en collaborant pour promouvoir une gastronomie à base de produits locaux et de saison.

**Pierre-Alain Bapst**  
Directeur



# La Chope

Ouvert en mai 1990, la brasserie-restaurant La Chope est née d'une idée d'un ancien directeur de la Brasserie du Cardinal, Jean Sunier. Il a imaginé ce lieu en s'inspirant des belles brasseries parisiennes et en le dotant, entre autres, d'une magnifique coupole et d'un jardin d'hiver.

L'artiste fribourgeois Jacques Cesa a réalisé les décors du restaurant et peint un très beau triptyque dans la salle de la charbonnade, illustrant le fameux Carnaval des Bolzes de la basse-ville. Petit clin d'œil de l'artiste, qui immortalise l'ancien directeur de la brasserie trinquant avec son ami Henri Fragnière. Cette symbolique n'est pas sans rappeler le logo et la devise de Cardinal : « Partager un moment d'amitié ». Les murs du restaurant sont également ornés de magnifiques mosaïques représentant la fabrication de la bière.

C'est dans ce même esprit de partage que Jean Sunier a imaginé le concept de charbonnade au feu de bois. C'est sous des hottes en cuivre, rappelant les cuves servant au brassage de la bière, que clientes et clients dégustent les délicieuses charbonnades. En plus des mets de brasserie, La Chope met à l'honneur les plats régionaux au fil des saisons grâce à une cuisine labellisée « Terroir Fribourg » et « Fait Maison ».

Jesuina Costa



Flora Stoianov  
Joueuse de basketball  
Elfic

**Le plat de la top scoreuse:** si le score passe les 100 points, la joueuse qui marque ce panier doit faire un gâteau ou une pâtisserie et l'apporter à l'entraînement suivant. Toujours une appréhension...

La Chope  
Route de Tavel 4  
T +41 26 481 29 29



# La recette de PP Clément

Le concept : ne pas toucher à la fondue elle-même, mais lui ajouter deux dips pour varier les plaisirs d'une soirée fondue. C'est très simple, original, et cela met en valeur les beaux produits de chez nous !

## Dip pour fondue fribourgeoise

### Dip n°1

**Bouillon de Jambon de la borne AOP, livèche et céleri**

### Ingrédients pour 4 à 6 personnes

1 manchon de Jambon de la borne AOP  
50 g de livèche (ou de persil)  
100 g de céleri-rave  
500 g d'eau

### Préparation

Porter à ébullition l'eau avec le manchon de Jambon de la borne AOP et le céleri coupé en petits cubes. Ajouter la livèche, baisser le feu et laisser frémir pendant 1 heure. Filtrer et réserver tiède dans un bol.

On trempe son pain dans le bouillon pour l'imbiber, puis on le plonge dans la fondue.

### Dip n°2

**Cuhaule AOP et Poire à Botzi AOP**

### Ingrédients pour 4 à 6 personnes

300 g de Cuhaule AOP (sèche)  
150 g de Poire à Botzi AOP pochée au sirop

### Préparation

À l'aide d'un couteau à dents, couper la cuhaule AOP sèche afin d'obtenir une grossière panure. (On peut aussi la couper grossièrement et la mixer très brièvement sans la réduire en poudre.) Couper les Poires à Botzi en petite brunoise (petits dés). Mélanger la panure de Cuhaule AOP et la brunoise de Poire à Botzi AOP, puis réserver dans un bol.

Une fois le pain enrobé de fondue, on le trempe dans le croustillant de Cuhaule et Poire à Botzi AOP.

*Au Chasseur*  
Rue de Lausanne 10  
T +41 26 565 22 02

# L'innovation à table

SALON / MESSE  
INNOFOOD & CO

Événement stratégique



Trouver de nouvelles voies pour valoriser le petit-lait des fromageries fribourgeoises en créant des produits à haute valeur ajoutée, des emballages et même de l'hydrogène. Un exemple parmi bien d'autres qui prouve que le secteur agroalimentaire ne cesse d'innover et de se réinventer. Encore faut-il que les divers-es acteurs-rices de la branche puissent partager et faire connaître ces avancées technologiques. C'est l'un des buts du Salon InnoFood & Co, organisé depuis 2022 par le Cluster Food & Nutrition. « Nous nous sommes rendu compte que nos membres étaient porteurs-ses d'idées, de projets novateurs, mais qu'il manquait un espace pour échanger, réseauter à plus large échelle et pour stimuler l'innovation, explique Claire Casteran, directrice du Cluster Food & Nutrition. Le lancement de notre Salon répondait donc à un réel besoin et était complémentaire des rendez-vous que nous organisons déjà au sein de notre cluster. Le succès a été immédiat. Nous avons eu une centaine de participants-es lors de la première édition, plus de 200 en 2025. »



Dédié aux professionnels-les de l'agroalimentaire, InnoFood & Co veut fédérer toutes les forces, y compris les secteurs économique et politique, sans oublier le monde académique, notamment l'Université de Fribourg et son centre interfacultaire, le Food Research and Innovation Center, mais aussi la Haute école de gestion et la Haute école d'ingénierie et d'architecture de Fribourg. « En présentant des projets locaux, nationaux et internationaux, nous mettons en relation de futurs-es partenaires qui peuvent s'inspirer d'initiatives en cours et les implémenter dans leurs produits, leurs usines ou dans une recherche académique avec comme priorité, l'intérêt des consommateurs-rices. Le réseautage est un élément important du Salon. Nous prenons beaucoup de temps à favoriser les échanges. Par exemple, lors de la dernière édition, les participants-es ont pu consulter la liste des inscriptions avant l'événement et, selon les demandes, nous avons pu organiser des rendez-vous bilatéraux. C'est une manière de faire évoluer le Salon et de renforcer les liens », ajoute Claire Casteran.

## Un rayonnement international

En proposant des conférences en français et en allemand avec traductions simultanées financées par la Ville de Fribourg, et en invitant des interlocuteurs-rices de Suisse romande et alémanique, le Salon InnoFood & Co promeut le bilinguisme et jouit d'une aura nationale. De quoi offrir un large rayonnement à ses partenaires, se réjouit Gil Vassaux, chef du secteur Marketing urbain, développement durable et projets à la Ville de Fribourg : « Nous sommes très heureux-es de cette collaboration, qui vise plusieurs objectifs. D'abord, elle nous permet de positionner la Ville dans le domaine de l'innovation dans la gastronomie. Nous sommes donc complémentaires au Salon Suisse des Goûts et Terroirs, qui se tient chaque année à Bulle. Sur le plan du district, nous sommes en parfaite cohérence avec l'Association régionale de la Sarine et sa stratégie touristique, qui s'articule autour du terroir créatif. Cela nous permet aussi de prendre part à la stratégie de l'État, qui veut faire du canton le leader suisse dans le domaine de l'agroalimentaire. Enfin, l'adhésion de Fribourg au RVCU, dans le domaine de la gastronomie, nous conforte dans notre rôle de partenaire idéal du Salon. En mutualisant nos forces, nous pouvons proposer des événements qui ont du sens. »

**Fribourg est désormais un nom qui compte dans le domaine de l'innovation agroalimentaire. Les retours reçus démontrent que la Ville n'est pas considérée comme un guichet administratif mais bien comme un partenaire sur lequel s'appuyer pour bénéficier de son réseau, de son expérience et de son expertise.**

La collaboration est donc fructueuse non seulement pour Fribourg, mais aussi pour les organisateurs-rices du Salon, qui peuvent désormais compter sur le réseau international que la Ville s'est forgé depuis son entrée au RVCU, comme le souligne Claire Casteran : « Cette adhésion a un impact indéniable. Elle nous permet de bénéficier de contacts à l'étranger, comme lors de l'édition 2024 pour laquelle la Ville de Fribourg nous a proposé la participation d'un entrepreneur de Rouen, spécialiste de la commercialisation de produits carnés. Il nous a expliqué comment il avait transformé la chaîne de valeurs dans son entreprise pour renforcer la durabilité. Son expérience a profité à l'ensemble des personnes présentes. » Cette collaboration permet donc à Fribourg et au Salon InnoFood & Co de rayonner à tous les niveaux : « Fribourg est désormais un nom qui compte dans le domaine de l'innovation agroalimentaire. Les retours reçus démontrent que la Ville n'est pas considérée comme un guichet administratif, mais bien comme un partenaire sur lequel s'appuyer pour bénéficier de son réseau, de son expérience et de son expertise », apprécie Gil Vassaux.

#### Les collaborations s'étoffent

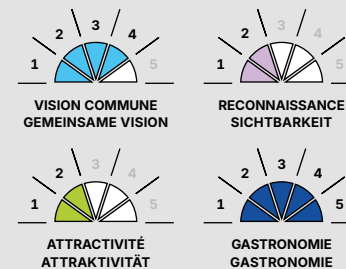
Pour preuve, les demandes de collaboration dépassent aujourd'hui la seule tenue du Salon. Fin octobre 2025, l'Institut agricole de Grangeneuve proposait un atelier pratique présentant des solutions pour valoriser les coproduits alimentaires et comprenant des exercices culinaires participatifs et une dégustation. Organisé en collaboration avec le Cluster Food & Nutrition, l'événement bénéficiait du soutien de la Ville : « Nous avons financé la venue d'un conférencier du laboratoire d'innovation culinaire lyonnais, Very Foody, précise Gil Vassaux. Cette collaboration a pu se concrétiser car Lyon fait aussi partie du vaste Réseau des villes créatives de l'UNESCO, mais dans le domaine de la littérature. » Fribourg est donc devenue un terrain propice à l'innovation agroalimentaire, encourageant les divers-es partenaires à poursuivre et à étoffer leurs collaborations. À commencer par la prochaine édition du Salon InnoFood & Co, qui se tiendra le 7 mai 2026.



Es werden neue Wege gesucht, Molke aus Freiburger Käsereien effizient zu verwerten – etwa durch die Entwicklung von Produkten mit hoher Wertschöpfung, innovative Verpackungslösungen oder sogar Verfahren zur Wasserstoffgewinnung. Dies ist nur ein Beispiel dafür, wie sich der Agrar- und Lebensmittelsektor stetig neu erfindet und weiter innoviert. Damit solche technologischen Fortschritte bekannt gemacht und geteilt werden können, müssen die verschiedenen Akteurinnen und Akteure der Branche die Gelegenheit zum Austausch erhalten. Genau dies ist eines der Ziele der Messe InnoFood & Co, die seit 2022 vom Cluster Food & Nutrition organisiert wird. Die Veranstaltung fördert Innovation, indem sie Fachleute aus dem Agrar- und Lebensmittelbereich mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Hochschulen vernetzt. Zweisprachige Konferenzen (Deutsch und Französisch) mit simultaner Übersetzung – ermöglicht durch die Stadt Freiburg – sowie die Teilnahme von Referentinnen und Referenten aus der Deutschschweiz und der Romandie fördern die Zweisprachigkeit und verleihen InnoFood & Co nationale Ausstrahlung. Die Messe ermöglicht es der Stadt Freiburg, sich im Innovationsbereich der Ernährungswirtschaft zu positionieren. Sie steht im Einklang mit der Strategie der Association Régionale de la Sarine rund um das Projekt «Terroir Créatif» sowie mit dem Ziel des Staates Freiburg, den Kanton zu einem landesweit führenden Standort im Agrar- und Lebensmittelbereich zu machen. Der Beitritt Freiburgs zum UNESCO-Netzwerk der kreativen Städte in der Gastronomie stärkt die Rolle der Gemeinde als Partnerin dieses Vorhabens. Durch sein Netzwerk, seine Erfahrung und seine Expertise ist Freiburg zu einem fruchtbaren Boden für Innovationen im Agrar- und Lebensmittelsektor geworden, der das ganze Jahr über weitere Kooperationen anregt und bestehende Partnerschaften stärkt. Beginnend mit der nächsten Ausgabe der Messe InnoFood & Co, die am 7. Mai 2026 stattfindet.

#### Axes stratégiques

#### Strategischen Handlungsfelds



# La recette de Frédéric Kondratowicz

Une composition délicate autour des saveurs du lac et du terroir fribourgeois : la finesse de l'omble chevalier, la vivacité du gingembre, la douceur du céleri et la profondeur aromatique de la livèche. Un mariage entre fraîcheur végétale et rondeur gourmande, une alliance de fluidité et de repères terriens.

## Dos d'omble chevalier en vapeur douce

### Ingédients pour 4 personnes

Poisson et bouillon de vapeur  
2 beaux filets d'omble chevalier (150 à 180 g chacun) avec peau  
1 bouquet aromatique :  
thym, romarin, laurier, livèche  
Choucroute douce au gingembre  
200 g de choucroute crue bio  
50 g de beurre frais  
40 g de gingembre frais râpé fin

Saucisson caramélisé  
1 saucisson fribourgeois de la Borne  
4 feuilles de sauge fraîche

Mousseline de céleri-rave  
200 à 300 g de céleri-rave épluché  
20 g de beurre frais

Pulpe de livèche et d'épinard  
100 g d'épinards frais  
50 g de livèche  
20 g de beurre frais

Assaisonnement  
Fleur de sel, poivre du moulin

### Préparation

*Le saucisson caramélisé*  
Pocher le saucisson dans une eau frémissante durant 40 minutes. Égoutter, laisser tiédir puis détailler 4 tranches épaisses (1,5 cm environ). Les poêler avec une feuille de sauge sur chaque tranche, jusqu'à obtenir une belle caramélisation des sucs. Réserver au chaud.

*La mousseline de céleri-rave*  
Cuire le céleri coupé en morceaux dans une eau salée pendant 20 minutes. Mixer finement avec le beurre et un peu d'eau de cuisson jusqu'à l'obtention d'une texture légère mais ferme. Assaisonner et maintenir au chaud.

*La choucroute douce au gingembre*  
Faire cuire la choucroute à feu doux avec un peu d'eau pendant 15 minutes. Incorporer le gingembre râpé, retirer l'excédent d'eau, puis monter la choucroute au beurre. Rectifier l'assaisonnement et conserver au chaud à couvert.

*La pulpe de livèche*  
Blanchir ensemble la livèche et les épinards dans une eau bouillante salée pendant 3 minutes.

Égoutter, puis mixer longuement au blender en incorporant le beurre frais par petites touches. Assaisonner. Si la texture paraît trop dense, détendre avec un trait d'eau.

### *L'omble chevalier en vapeur douce*

Porter à frémissement une casserole d'eau remplie au quart, parfumée du bouquet aromatique. Disposer les filets d'omble sur un tamis ou un panier vapeur placé au-dessus. Cuire doucement 2 minutes, puis retirer du feu : la chair doit rester nacrée et moelleuse. Ce mode de cuisson basse température préserve à la fois les arômes et les qualités nutritives du poisson.

### Dressage

Sur une assiette chaude :  
Déposer une belle cuillerée de pulpe de livèche. À côté, former un monticule de mousseline de céleri. Dans un petit cercle, dresser la choucroute parfumée au gingembre. Poser délicatement le dos d'omble sur la mousseline, la peau partiellement

retirée. Appuyer la tranche de saucisson caramélisé contre le poisson pour donner volume et contraste. Terminer en décorant de quelques gouttelettes d'huile verte (mélange de pulpe de livèche et d'huile neutre). Le résultat doit être lumineux, rythmé, et d'une grande fraîcheur visuelle.

### Accord mets & vin

Traminer du Vully – Château de Praz Vin blanc avec une nuance dorée, vin à la fois équilibré, vif, il exprime des notes aromatiques rappelant le jasmin et l'abricot qui évoluent avec l'âge vers des tonalités d'agrumes. Par Marylène et Louis-Charles Bovard-Chervet

### Variantes

Selon la pêche du jour, la recette se prête également à la fera ou au brochet, toujours dans le respect d'une cuisson douce et précise.

*Restaurant de l'Hôtel de Ville*  
Grand-Rue 6  
T +41 26 321 23 67



# Promotion économique du Canton de Fribourg

## **Le Canton de Fribourg se positionne comme le leader suisse de l'agroalimentaire. Quel rôle joue la Ville de Fribourg dans cette stratégie ?**

Il n'y a pas eu, à proprement parler, de coordination stratégique formelle entre la Ville et le Canton sur cette question. Mais la convergence des intérêts et des priorités est manifeste, notamment autour de l'impact économique, de la capacité d'innovation et de la transformation du système alimentaire, devenue indispensable pour répondre aux enjeux de circularité et de durabilité. Le fait que la Ville de Fribourg se soit engagée, de son côté, dans des actions concrètes en faveur de l'agroalimentaire vient renforcer les dynamiques à l'œuvre. Les approches communale et cantonale, sans être identiques, se complètent et se répondent. Avec le développement du campus de Grangeneuve à Posieux, la présence renforcée d'Agroscope ajoute à notre écosystème un acteur fédéral de premier plan, à la portée nationale. Cette situation témoigne d'une vision largement partagée du potentiel de transformation du secteur. Le positionnement de la Ville comme pôle de créativité gastronomique – à travers des projets culturels, sociaux ou entrepreneuriaux – donne une dimension supplémentaire à la stratégie cantonale, et contribue à l'attractivité du territoire. Et, inversement, la dynamique portée par le Canton offre un cadre propice à l'émergence d'initiatives locales. Voir les deux niveaux institutionnels avancer dans le même sens, chacun avec ses outils et leviers, est une source de satisfaction et de cohérence territoriale.

## **Comment se concrétise votre collaboration avec le Secteur du marketing urbain de la Ville de Fribourg ?**

La collaboration prend plusieurs formes, à la fois formelles et informelles. Un bon exemple est la coordination autour d'événements communs ou complémentaires, comme InnoFood & Co, qui valorise les acteurs-rices fribourgeoises de l'innovation agroalimentaire. Il y a aussi des actions communes en faveur de la production locale et des circuits courts, qui bénéficient d'une forte adhésion du public. Nous échangeons également sur des campagnes de communication, afin d'assurer la cohérence des mes-

sages et d'optimiser l'impact des actions menées. Cette dynamique permet aussi de construire ensemble des événements de portée nationale, comme les Swiss Cheese Awards, qui auront lieu en 2026 à Fribourg. La collaboration repose sur une confiance mutuelle et sur la volonté commune de renforcer l'image de Fribourg – Ville et Canton – comme territoire innovant, accueillant et dynamique dans le domaine agroalimentaire.

## **Quels avantages voyez-vous dans l'obtention du label « Ville créative de gastronomie » de l'UNESCO par la Ville de Fribourg ?**

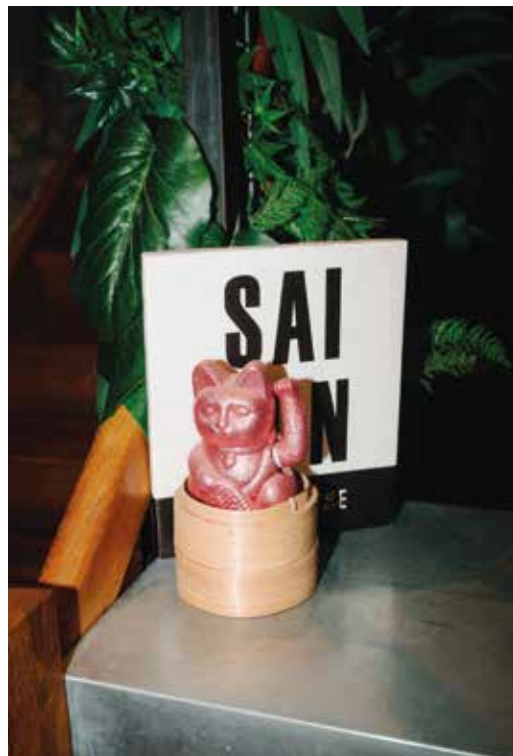
Tout d'abord, il me semble important de rappeler que la candidature de la Ville de Fribourg s'inscrivait dans le cadre d'un projet de la Nouvelle politique régionale (NPR), soutenu financièrement par la Promotion économique. Ce label offre une reconnaissance internationale forte de l'identité culinaire de Fribourg, dans toute sa richesse et sa diversité. Il met en valeur à la fois les traditions gastronomiques ancrées dans le territoire et les démarches novatrices qui s'y développent. Cette distinction, partagée par seulement deux villes en Suisse, renforce l'attractivité de la région, tant pour les talents que pour les projets entrepreneuriaux ou culturels.

Mais, au-delà de la visibilité et du prestige, c'est aussi un outil de mobilisation. Il fédère des acteurs-rices publics-ques, privés-es et associatifs-ves autour d'une ambition commune, et crée des passerelles durables entre gastronomie, formation, culture et économie. Le label ne constitue pas une fin en soi, mais un levier structurant qui renforce une dynamique déjà bien présente. Il inscrit Fribourg dans un réseau mondial de villes misant sur la créativité culinaire comme moteur de développement économique, social et culturel. Ce label confirme aussi que Fribourg est une terre de valeurs, où la qualité, l'authenticité et l'innovation vont de pair.

**Jerry Krattiger**  
Directeur



# Chez Ginette Bistro Viet



Goton le Cool  
DJ

## Le repas le plus disco : un Bum Tom Viet chez Ginette, avec vue sur leur boule disco en forme de bol «disco» avec des baguettes



Chez Ginette. Particulier comme enseigne d'une table qui propose une cuisine vietnamienne, n'est-ce pas ? Aussi particulier que cette large baie vitrée avec vue plongeante sur l'émblématique rue de Lausanne, pleine de charme. Nous distinguons au loin l'architecture ancienne des bâtiments tout au long de cette rue descendante. On dirait le début de la Vieille-Ville.

En entrant Chez Ginette, nous découvrons un espace plein de couleurs et une véritable fraîcheur esthétique. L'impression est identique lorsque notre œil se balade sur les assiettes qui sortent de la cuisine, reflétant une bistronomie techniquement carrée, gourmande et ronde. Accueillis avec le sourire par une équipe jeune et ravissante, nous sommes dirigés vers une table à l'étage. Quelle jolie surprise de découvrir une ambiance encore plus colorée, une salle plus spacieuse. Notre regard est attiré inmanquablement par une fresque murale, mariant modernité et symboles asiatiques, peinte par un célèbre artiste fribourgeois ; ainsi, le génie artistique de la ville a marqué les murs de Chez Ginette, qui est fier de cette collaboration parmi tant d'autres.

La brigade concocte ses menus en s'approvisionnant en produits locaux de qualité, dont la région regorge, et en apportant les marqueurs culinaires vietnamiens. Cette cuisine ensoleillée et émouvante se joue du végétal et des goûts agréablement épicés avec un service en salle complice, prêt à tout nous expliquer en détails. Des énergies qui riment avec sincérité, partage, convivialité, humilité et une gastronomie décomplexée, pleinement dans l'air du temps. C'est la culture de Chez Ginette. Sur la carte, kombuchas et matés offrent un choix sans alcool intéressant en complément d'une sélection de jolies quilles de vin nature.

À la frontière des régions linguistiques, Chez Ginette est un carrefour où se croisent les gourmets francophones et alémaniques. L'établissement affiche souvent complet, la réservation est recommandée. En résumé, petite terrasse podium, deux salles sur deux niveaux et un décor « jungle urbaine » qui invite à l'évasion. Une petite équipe avec une identité vietnamienne, à la fois authentique et décalée, qui monte.

Chris Nguyen

Chez Ginette  
Rue de Lausanne 25  
T +41 26 303 60 52

Michel Simonet  
Le cantonnier à la rose

**Le repas de la rue:**  
l'inoubliable soupe  
à l'oignon servie  
chaque 1<sup>er</sup> janvier  
dès 5h30 du matin  
à tous·tes les nom-  
breux·ses clients·es  
présents·es au  
regretté Buffet de  
la Gare 2<sup>e</sup> classe

Christophe Emmenegger  
Directeur de la Chambre de commerce  
et d'industrie du Canton de Fribourg

**Le menu  
du réseautage:**  
un maillage de spa-  
ghettis sur un savant  
tapis de tommes moel-  
leuses, d'où scintillent,  
telles des éphélides,  
de minuscules pépites  
d'énergie folle





# La recette de Victor Moriez

Cette recette de bricelet évoque pour moi la convivialité et la tradition fribourgeoises. Simple à préparer, elle a pourtant beaucoup de sens. Au restaurant, nous la servons à l'apéritif, en sandwich avec une terrine de faisan du pays, un clin d'œil aux saveurs locales. Le Chasselas et la crème double évoquent immédiatement le terroir fribourgeois, source de mon inspiration pour ce choix.

## Pâte à bricelets

### Préparation pour 30 pièces environ

Mélangez tous les ingrédients jusqu'à obtenir une pâte homogène.

Préchauffez votre appareil à bricelets.

Déposez une petite cuillerée de pâte au centre de la plaque.

Refermez l'appareil et laissez cuire environ 30 secondes à 1 minute, jusqu'à ce que le bricelet soit doré.

### Ingrédients

250 g de farine  
7 g de sel  
25 cl de vin blanc (Chasselas)  
300 g de crème double

*Le Pérolles*  
Bd de Pérolles 1  
T +41 26 347 40 30



# Fribourgissima

**Fribourgissima a développé sa marque territoriale. Quelles sont les synergies possibles avec le Secteur du marketing urbain de la Ville de Fribourg ?**

Fribourgissima vise à projeter une image forte et authentique du Canton en valorisant ses atouts économiques, culturels, gastronomiques, sportifs, touristiques et humains. Le marketing urbain de la Ville poursuit la même ambition à l'échelle locale : mettre en lumière le dynamisme, l'identité et l'attractivité de la cité. Ces démarches se renforcent mutuellement. Leur collaboration – déjà active dans le Réseau des villes créatives de l'UNESCO – se traduit par un partage de contenus valorisant talents, initiatives et produits phares. La Ville agit ainsi en ambassadrice du canton, notamment dans les projets « Fribourg ville créatrice », où la marque trouve un terrain d'expression privilégié.

**Justement, quels sont les avantages pour la marque FRIBOURG, de cette intégration de la capitale cantonale au RVCU dans le domaine de la gastronomie ?**

Cette reconnaissance internationale consolide l'image de la ville et, par ricochet, celle du canton sous de nombreux aspects. D'abord le patrimoine culinaire, qui positionne Fribourg dans les domaines de la tradition, de l'authenticité et de la qualité. Cette reconnaissance agit de manière positive sur le tourisme, puisqu'elle attire un public en quête d'expériences gustatives locales et de tourisme durable. Au sein de ce réseau, la coopération est mondiale. Fribourg poursuit donc des projets communs avec d'autres villes créatives unies par des thématiques comme la gastronomie, la culture et l'innovation. Ensuite, cette reconnaissance est bénéfique pour l'économie locale. Les producteurs·rices et artisans·nes fribourgeois·es, leurs produits, ainsi que les restaurateurs·rices gagnent en visibilité. Enfin, elle agit au travers de valeurs de marque comme la mise en avant de la durabilité, de la transmission des savoir-faire, de la diversité culturelle et du vivre-ensemble.

**Votre slogan est « Fribourg, terre de valeurs ». Comment la gastronomie incarne-t-elle ces valeurs ?**

Dans le canton, la gastronomie dépasse le simple plaisir gustatif ; elle crée du lien social et reflète l'ADN de la marque FRIBOURG. Les repas familiaux, les fêtes de village et les bénichons favorisent l'inclusion, le dialogue et la transmission intergénérationnelles. Ils-elles symbolisent la valeur de proximité chère aux Fribourgeois et Fribourgeoises. Il en va de même pour la convivialité. Nos fondues moitié-moitié, nos marchés du terroir ou encore nos gâteaux du Vully nourrissent le sentiment d'appartenance. Les produits du terroir comme le Vacherin fribourgeois AOP, la Cuchale AOP et la crème double symbolisent un savoir-faire local enraciné, lui-même porteur de fierté et d'authenticité. La gastronomie incarne encore d'autres valeurs comme la diversité (grâce aux fromages, aux vins et aux spécialités sucrées, qui offrent une palette de saveurs généreuse et variée), la fiabilité et la qualité par des circuits courts, la transparence et la traçabilité, qui renforcent la réputation d'excellence. Si elle respecte les traditions, la scène culinaire fribourgeoise n'est pas figée. Elle fait preuve d'ambition et d'innovation en explorant des approches créatives et durables, sans oublier de former les talents de demain. En tenant compte de la saisonnalité et des achats locaux, notre gastronomie réduit l'empreinte carbone et soutient l'économie régionale.

**Danielle Gagnaux-Morel**  
Présidente du  
comité exécutif  
Chancelière d'État



# Coup de projecteur mondial

Événement stratégique



## FIFF

Quel est le point commun entre une Nigérienne qui sait que le gruyère est un fromage sans trou et un habitant de Singapour qui, de passage à Varsovie, se photographie tenant un sachet de fromage au nom évoquant un district fribourgeois ? La réponse tient en un acronyme : FIFF. Depuis 45 ans, le Festival international de films de Fribourg tisse des liens, relie les gens et les cultures, anime les passions, crée des vocations et ouvre les horizons des Fribourgeois-es et de toutes celles et tous ceux qui sont accueillis-es durant le festival. Ou quand Fribourg se promeut en cinémascope et exporte son identité grâce au 7<sup>e</sup> art. « Le mot le plus utilisé par les cinéastes que nous avons reçus-es au FIFF pour qualifier Fribourg, c'est « le cœur », s'enthousiasme Thierry Jobin, Directeur artistique du FIFF. Il symbolise l'accueil chaleureux, convivial de l'équipe du festival, et surtout de toutes les personnes qui gravitent autour : restaurateurs-rices, hôteliers-ères, etc. Cette gentillesse laisse une empreinte indélébile auprès de nos invités-es, qui parlent positivement de Fribourg une fois rentrés-es dans leur pays. Mais le rôle du FIFF ne se limite pas à la projection de films. Dès mon entrée en fonction, j'ai voulu qu'à chaque édition, le festival ait une ouverture sur la ville, avec des lieux d'expositions, des concerts, des restaurants et des collaborations avec le monde du sport comme lorsque nous avons invité Slava Bykov à présenter des films de son pays d'origine dans la section Diaspora. »

### Un interlocuteur qui compte

À l'aube de sa 40<sup>e</sup> édition, le festival est devenu un événement incontournable du calendrier fribourgeois, au même titre que le premier week-end d'octobre marquant la course de Morat-Fribourg ou le samedi de début décembre et sa Saint-Nicolas. Le FIFF fait donc partie des projets stratégiques de la Ville de Fribourg, au vu de son importance, tant à l'échelle locale et nationale que sur le plan international. La Ville soutient financièrement le festival, notamment en participant à la dotation du Grand Prix. Elle offre aussi des prestations en nature comme certains services de la Voirie et de la Com-

**Le mot le plus utilisé par les cinéastes que nous avons reçus-es au FIFF pour qualifier Fribourg, c'est « le cœur ». Il symbolise l'accueil chaleureux, convivial de l'équipe du festival, et surtout de toutes les personnes qui gravitent autour: restaurateurs-rices, hôteliers-ères, etc.**

munication, ainsi que des espaces signalétiques sur la voie publique. « De plus, nous organisons chaque année un apéritif conjoint avec l'Etat de Fribourg. Ainsi, les milieux culturels de la ville et du canton peuvent rencontrer les acteurs-rices de l'économie fribourgeoise, explique Juan Diaz, chef du Service de la culture de la Ville de Fribourg. C'est important de réunir ces deux mondes pour qu'ils apprennent à se connaître, qu'ils échangent et qu'ils deviennent, peut-être, partenaires pour certains projets. Le FIFF permet de proposer une offre culturelle cosmopolite et de qualité aux habitants-es de la ville et du canton et, même si les retombées économiques sont parfois difficiles à chiffrer précisément, elles sont bien réelles. » La gestion professionnelle du Festival, qui se présente comme une PME culturelle, et ses ancres nationaux et internationaux sont aussi des atouts majeurs, car ils renforcent la position de la Ville vis-à-vis des autres partenaires : « La mission du Service de la Culture est d'encourager et de soutenir les projets culturels à tous les échelons. Mais c'est vrai qu'avec le FIFF nous nous situons à des niveaux de réflexion stratégique qui dépassent largement le cadre communal ou régional. De ce fait, individuellement ou dans le cadre de la Conférence des villes suisses en matière culturelle, la Ville est une interlocutrice qui compte lors de discussions avec la Confédération, notamment avec l'Office fédéral de la culture », relève Juan Diaz. Les collaborations du FIFF à l'échelle internationale comme avec la Mostra de Venise et, jusqu'aux récentes annonces de coupes budgétaires de la Confédération, la Direction du développement et de la coopération (DDC) offrent une visibilité mondiale à la ville et au canton de Fribourg.

### Nombreux atouts de Fribourg

Si Fribourg sait ce qu'elle doit au FIFF pour rayonner, le festival bénéficie aussi des nombreux atouts de la ville. Salles de spectacle pour prolonger les soirées, restaurants de qualité pour déguster des plats aux saveurs du film visionné, vitrines des commerces décorées en s'inspirant de la programmation du festival... Depuis de nombreuses années, le FIFF sort des salles obscures pour investir la cité. « Je pense qu'il est important de rappeler que Fribourg est tout à fait exceptionnelle sur trois points au moins, estime Thierry Jobin. Le nombre de salles de cinéma par habitant-e est extraordinaire. Il en va de même pour les médias locaux et régionaux. Enfin, nous avons un nombre élevé de restaurants de grande qualité et qui sont un miroir de la multiculturalité de cette ville. Ce sont des forces sur lesquelles le festival peut s'appuyer. Il y a aussi une facilité à créer des synergies. En 2016, nous avons réussi à faire venir, au Marly Innovation Center, l'exposition de la Cinémathèque française consacrée à François Truffaut. Lorsque Serge Toubiana, directeur de la cinémathèque, est venu vérifier la mise en place, il m'a dit : « Vous avez réalisé en trois mois ce qui prendrait trois ans à Paris. » C'est aussi ça le miracle fribourgeois ! ». Des relations de proximité qui permettent d'étoffer les collaborations : « Nous avons des liens très étroits avec l'équipe du festival, explique Juan Diaz. Nous nous rencontrons avant, pendant et après l'événement. Lorsque le FIFF est venu nous trouver pour nous exposer l'idée de placer des drapeaux du festival dans la ville, nous avons été séduits en voyant aussi le potentiel pour d'autres manifestations de bénéficier de ce type de prestations. Pour le chef du Service de la culture et pour Thierry Jobin, des développements sont encore possibles. Il manque aujourd'hui un point de chute central en période de festival, un lieu où les cinéphiles pourraient se rencontrer avant et après les projections.

### Pupilles et papilles

En plus d'augmenter sa visibilité et de multiplier ses activités, le FIFF est un nom qui marque la ville de son empreinte durant le reste de l'année.

Médiation culturelle, projections pour enfants, la programmation a désormais des saveurs gastronomiques au travers des « Délices du FIFF ». Chaque dernier mercredi du mois, sur inscription, un film et un repas revisité sont agendés, comme l'explique Thierry Jobin : « Je propose un film à un-e chef-e fribourgeois-e, qui s'en inspire pour réaliser un repas comprenant une entrée, un plat et un dessert. Les personnes inscrites viennent voir le film à l'Arena, puis vont manger ensemble dans le restaurant sélectionné. Ce projet a immédiatement suscité un grand enthousiasme auprès des chefs-fes qui adorent modifier leurs habitudes pour relever de tels défis. » Une initiative saluée par Juan Diaz : « C'est une bonne chose que l'offre s'étoffe, d'autant plus si cette initiative permet d'amener du public dans les salles de cinéma, qui souffrent d'une baisse de fréquentation. » De quoi mettre pupilles et papilles en émoi durant toute l'année.

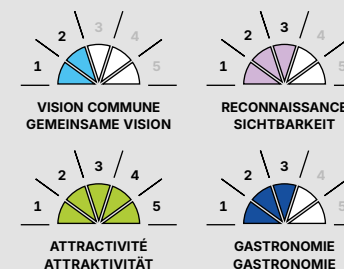


Seit 45 Jahren bringt das Internationale Filmfestival Freiburg (FIFF) Menschen und Kulturen zusammen. Es eröffnet neue Perspektiven für die Freiburger Bevölkerung und für alle Besucherinnen und Besucher, die während der zehn Festivaltage die Filme erleben. Filmemacherinnen und Filmemacher aus aller Welt werden vom Festivalteam und allen Beteiligten – von Gastronomen über Hoteliers bis hin zu freiwilligen Helferinnen und Helfern – herzlich empfangen. Dieses Engagement trägt wesentlich zum guten internationalen Ruf Freiburgs bei. Unter der Leitung von Thierry Jobin hat das FIFF seine Zusammenarbeit mit der Stadt intensiviert und ist noch stärker in das städtische Leben integriert worden. Das Festival, das vor seiner 40. Ausgabe steht, hat sich zu einer für die Stadt strategisch bedeutenden Veranstaltung entwickelt, die sie finanziell unterstützt und mit der Bereitstellung des Grand Prix fördert. Die Zusammenarbeit geht sogar noch weiter: Die Stadt stellt Dienstleistungen verschiedener Ämter wie dem Strasseninspektorat und der Abteilung Kommunikation bereit und erlaubt die Nutzung öffentlicher Flächen für die Festivalbeschilderung. Gemeinsam mit dem Staat Freiburg organisiert die Stadt zudem ein Apéro, das Kulturakteurinnen und -akteuren die Möglichkeit bietet, mit der lokalen Wirtschaft in Kontakt zu treten. Die nationale und internationale Bedeutung des FIFF stärkt die Position Freiburg gegenüber Partnern auf unterschiedlichen Ebenen – sowohl im Austausch mit einzelnen Institutionen als auch im Rahmen der Städtekonferenz Kultur. Dies macht die Stadt zu einem wichtigen Ansprechpartner für den Bund und das Bundesamt für Kultur. Umgekehrt profitiert das FIFF von den Vorzügen der Kantons-hauptstadt: zahlreichen Kinosälen, einer starken Medienpräsenz und dem direkten Zugang zu Entscheidungsträgerinnen und -trägern aus Politik und Wirtschaft.



### Axes stratégiques

#### Strategischen Handlungsfelds





# La recette de Romain Paillereau

Inspiré du risotto, ce plat en propose une version automnale où les pignons de pin remplacent le riz, pour une texture originale et un goût qui se marie naturellement à la chasse.

## Entrecôte de biche

### Préparation

Faire cuire l'entrecôte de biche au barbecue jusqu'à ce que la température à cœur atteigne 40 °C. Retirer du feu et laisser reposer la viande : elle doit ensuite monter naturellement à environ 50-52 °C à cœur.

Pendant ce temps, cuire les pignons de pin dans de l'eau salée pendant 20 minutes, puis les égoutter. Faire revenir la tétrogone dans un beurre moussé, ajouter les pignons de pin, puis un filet d'huile d'herbe.

Terminer en remettant l'entrecôte quelques instants sur le barbecue. La trancher au dernier moment. Suggestion : servir avec un jus de biche aux aïelles.

### Ingrédients

1 pavé d'entrecôte ficelé (350 g)  
120 g de pignons de pin  
40 g de tétrogone  
Huile d'herbe selon le goût

*Restaurant des Trois Tours*  
Rte de Bourguillon 15  
1722 Bourguillon  
T +41 26 322 30 69



## Punto Sud

L'intégration de Fribourg au Réseau des villes créatives de l'UNESCO dans le domaine de la gastronomie représente une opportunité précieuse pour notre établissement. Tout d'abord, cela confère à Fribourg une reconnaissance internationale sur le plan culinaire, ce qui peut attirer une clientèle plus large, curieuse et en quête d'expériences authentiques. Pour Punto Sud, cela signifie une visibilité accrue auprès des visiteurs-ses locaux-les et internationaux-les, sensibles à la richesse culturelle et gastronomique que ce réseau incarne.

Notre établissement se distingue en proposant une immersion chaleureuse dans la culture sud-américaine, tout en restant fidèle aux valeurs fribourgeoises d'authenticité et de savoir-faire. Cette dualité nous permet d'offrir une expérience unique: un voyage culinaire dépaysant, mais enraciné dans la qualité et l'esprit fribourgeois. Le fait que la Ville nous fasse confiance en nous intégrant dans cette dynamique ouvre la porte à de potentielles collaborations avec les acteurs-rices culturels-les et gastronomiques locaux-les. Cela renforce notre image, valorise notre travail et nous positionne comme un acteur engagé dans le rayonnement de Fribourg à l'échelle internationale.

Gabriela Arcovio et Humberto Rossel



Elisa Liepsch  
Directrice du festival Belluard Bollwerk International

**Le menu pour élaborer la meilleure programmation:**  
ein Rummanieyh  
der Künstlerin  
Samah Hijawi

*Punto Sud*  
Boulevard de Pérolles 30  
T +41 78 809 70 34



# GastroFribourg

**Fribourg a intégré le Réseau des villes créatives de l'UNESCO dans le domaine de la gastronomie (RVCU). Qu'est-ce que cette reconnaissance représente pour GastroFribourg ?**

Cette reconnaissance est une véritable fierté pour notre région et une formidable opportunité pour nous et les membres de GastroFribourg. Elle confirme que Fribourg possède un patrimoine culinaire riche, vivant et en constante évolution. L'inscription au RVCU place notre ville sur la carte mondiale de la gastronomie, en tant que pôle de savoir-faire, d'innovation et de tradition. Cela signifie un levier de valorisation accru de notre terroir, une motivation supplémentaire pour soutenir nos membres et un cadre propice à développer des partenariats locaux et internationaux autour de la cuisine et de l'identité fribourgeoise. C'est aussi une invitation à renforcer les synergies avec les acteurs-rices culturels-les, touristiques et économiques de la région.

**La gastronomie fait-elle partie de l'ADN de la ville de Fribourg ?**

Absolument. Fribourg est une ville de traditions culinaires fortes, qui se reflètent dans ses produits emblématiques comme la fondue moitié-moitié, le Gruyère AOP, le Vacherin Fribourgeois AOP, les Poires à Botzi AOP, le Jambon de la borne AOP, le Boutefas AOP ou encore la Cuchaule AOP avec la moutarde de bémichon. La gastronomie fribourgeoise est indissociable de la vie sociale et culturelle de la ville : elle s'invite dans les fêtes populaires, les marchés, les saisons et même dans les lieux de création artistique. Nos restaurateurs-rices perpétuent cet héritage tout en le modernisant, avec une attention croissante portée aux circuits courts, à la durabilité et à l'innovation. Le lien entre la gastronomie et l'identité fribourgeoise est aussi visible dans les formations de qualité proposées localement, dans la recherche culinaire et dans l'engagement de nombreuses enseignes comme Terroir Fribourg à valoriser les produits régionaux.

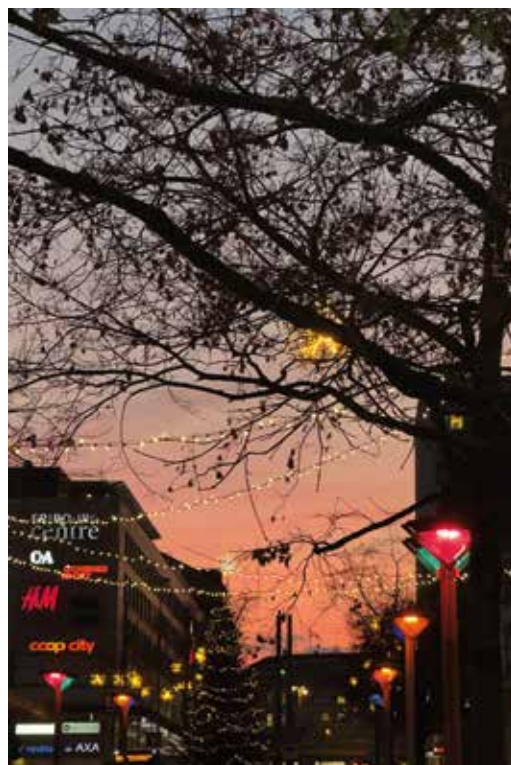
**En quoi votre association peut-elle bénéficier de collaborations avec le Secteur du marketing urbain de la Ville de Fribourg ?**

Le marketing urbain offre un cadre stratégique précieux pour mettre en valeur l'offre gastronomique fribourgeoise au-delà de la table. En collaborant avec la Ville, nous pouvons développer des projets communs qui racontent une histoire forte et cohérente du territoire : menus thématiques liés à des événements culturels, parcours culinaires en ville, ou encore partenariats autour de grandes manifestations comme le week-end de la Bémichon en ville ou la saison de la bémichon dans tout le canton. L'exemple du défilé dédié aux 100 ans de la naissance de Jean Tinguely illustre parfaitement cette dynamique. Plusieurs établissements ont su créer des plats inspirés de l'univers de l'artiste, offrant ainsi une expérience multisensorielle aux visiteurs-ses. Ce type d'initiative contribue à renforcer le tissu économique local, attire des clientèles diverses et fait rayonner Fribourg comme une ville accueillante, agréable à vivre... et à savourer. GastroFribourg se réjouit de continuer à s'impliquer dans ces collaborations qui donnent du goût à la stratégie urbaine.

Philippe Roschy  
Président



# Une nouvelle constellation dans le ciel fribourgeois



## NOVA, LES RENDEZ-VOUS DE L'HIVER RENDEZ-VOUS IM WINTER

Des étoiles qui brillent dans les yeux des visiteurs-ses. Des lumières colorées qui font rayonner Fribourg durant la période de l'Avent. Un centre-ville proposant animations pour petits-es et grands-es, dégustations, réseautage... Pour sa première édition en 2024, Nova a rassemblé plus de 17'000 personnes. L'événement a surtout comblé un vide. « Depuis plusieurs années, le centre-ville de Fribourg manquait d'animations durant la période de Noël, se souvient Oliver Price, chef de projet Nova et fondateur de la société fribourgeoise Local Impact. À la suite d'un postulat déposé au Conseil général, le Secteur du développement économique de la Ville a pris les choses en main et j'ai eu la chance d'être choisi comme chef de projet. Nous avons réfléchi à un concept pour animer la ville. C'est une période de l'année stratégique pour les commerces et très importante aussi pour le bien-être des habitants-es de Fribourg et pour toutes les personnes qui visitent la capitale cantonale. C'est à partir de ces réflexions et de l'impulsion de la Ville que Nova est née. »

De facilitatrice, la Ville devient organisatrice. Deux ateliers participatifs permettent de dessiner les contours de la manifestation, de mettre les bonnes personnes autour de la table et d'aller vite, très vite. « Nous avons présenté le concept final en mai-juin 2024, nous avons trouvé les budgets et Nova a vu le jour en décembre de la même année, explique Alexandra Stadler, chargée du Développement économique de la Ville de Fribourg et responsable du projet. C'est exceptionnel de mettre sur pied un tel projet en si peu de temps. Ce petit miracle tient au fait que nous avons créé un groupe de travail au sein de la Ville avec tous les services et secteurs impliqués : Développement économique, Voirie, architectes et ingénieurs, Marketing urbain et développement durable, Sports, Écoles, Communication, Service juridique, Police locale... Nova a été un formidable laboratoire pour apprendre à se connaître, pour comprendre ce que chacun-e fait concrètement dans son quotidien professionnel, pour distiller une vraie culture commune. Nous avons engagé un chef de projet externe pour

## *Événement stratégique*

assurer la cohésion avec ces équipes et avec les partenaires privés-es sur le terrain, ainsi que pour gérer l'opérationnel. Et Oliver Price de préciser : « J'ai vraiment ressenti un enthousiasme de la part de toutes les personnes concernées par l'organisation de Nova. Il y avait l'envie et l'énergie de créer un événement qui marque durablement le centre-ville. Le fait que la Commune porte le projet nous a beaucoup aidés dans la coordination entre tous les secteurs, pour identifier les obstacles et trouver rapidement des solutions. Jusqu'au dernier moment, les collaboratrices et les collaborateurs de la Ville ont œuvré au succès de l'édition, comme le personnel de la Voirie qui a construit des chalets en bois à la dernière minute. Au-delà de cette magnifique implication, cela démontre aussi le savoir-faire de toutes ces personnes. »

### **Diffuser les activités**

Par sa durée, Nova est désormais le plus grand événement organisé sur le territoire communal. Comme les deux astres nécessaires à la création d'une nova, la manifestation se décline en deux volets. Sur le plan virtuel, son but est de recenser, via un site internet, toutes les activités de l'hiver que compte la ville de Fribourg. Concrètement, Nova est une fête qui comprend l'illumination des rues de la capitale et de nombreuses animations à la place Georges-Python, devenue le cœur de la manifestation. Et, contrairement à certaines idées reçues, Nova n'est pas un traditionnel marché de Noël : « Nous avons constaté qu'il y a déjà de nombreux marchés de ce type en ville, précise Alexandra Stadler. À bluefactory, au quartier d'Alt, en basse-ville... sans oublier la Saint-Nicolas. L'idée n'est pas de se mettre en concurrence avec ces initiatives ou avec les autres grands marchés de Noël dans la région, mais bien de les faire connaître via notre site. Il en va de même pour l'offre nocturne et de restauration. Nous animons la place en soirée en proposant des animations, des dégustations, de la musique... Mais nous arrêtons nos activités suffisamment tôt pour permettre aux noctambules de se rendre dans les autres bars dansants de la ville

## Nova a été un formidable laboratoire pour apprendre à se connaître, pour comprendre ce que chacun·e fait concrètement dans son quotidien professionnel, pour distiller une vraie culture commune.

et nous ne proposons pas trop de place de type « restaurant ». Là aussi, nous ne voulons pas entrer en concurrence avec l'offre existante. » Comme toute étoile qui scintille dans le ciel, Nova entend rayonner le plus loin possible. « Pour l'édition 2025, nous avons décidé d'impliquer tous les commerces et les restaurants qui se trouvent sur le périmètre illuminé, précise Oliver Price. Depuis le fond du boulevard de Pérolles, nous avons fait du porte-à-porte pour les inciter à organiser une activité en lien avec Nova. Un magasin de mode va organiser un défilé, un autre commerce proposera un atelier, certaines enseignes se sont unies pour offrir une activité. Cela prend du temps, mais nous désirons vraiment que la manifestation développe son identité propre, ses automatismes, que les Fribourgeoises et les Fribourgeois prennent le réflexe de venir à Nova, d'y inviter des amis·es, que des entreprises y organisent leur soirée de fin d'année, que la ville rayonne sous toutes ses facettes. »

### Les trois piliers de la durabilité

En tant qu'organisatrice de l'événement, la Ville de Fribourg a un devoir d'exemplarité. Consciente que toute manifestation a un impact sur l'environnement, la Commune s'efforce de le réduire au maximum. « Nova est labellisé Smart Event et comporte donc un volet durabilité que tous·tes les partenaires doivent respecter, précise Oliver Price. Cette charte privilégie, par exemple, les produits de proximité. Pour l'édition 2025, nous allons encore plus loin. Les stands et les chalets privatisables sont construits localement et chauffés au bois local. » Et la durabilité comprend aussi un volet social. Événement rassembleur, Nova se veut ouvert à toute la population. Un lieu de rencontres et d'échanges. « La majorité des activités est gratuite, il n'est pas obligatoire de consommer sur place, relève Alexandra Stadler. Tout le monde peut venir avec sa nourriture, sa boisson, simplement pour parta-

ger un moment convivial avec d'autres personnes. Nous avons mis de côté toute référence à la fête religieuse de Noël pour inclure un maximum de personnes. La proximité avec le Festival des soupes renforce cette volonté de mixité sociale. Enfin, la gestion du bar est confiée à la Fondation Saint-Louis, qui promeut la réinsertion professionnelle de personnes présentant des difficultés psychiques et/ou sociales. » En travaillant avec des acteurs·rices locaux·les, notamment les restaurateurs·rices qui ont un établissement dans un périmètre proche de la place Georges-Python, la Ville mise encore sur la durabilité économique en promouvant les entreprises du cru et en invitant les Fribourgeoises et Fribourgeois à consommer « local », que ce soit dans les restaurants ou les commerces de la capitale cantonale.

Nova entend aussi valoriser le savoir-faire culinaire de Fribourg, reconnu au niveau international depuis son adhésion au Réseau des villes créatives de l'UNESCO, dans le domaine de la gastronomie. L'édition 2024 avait vu naître « Le Rendez-vous des Chefs » durant lequel quatre cuisiniers bien connus proposaient, sur la place Georges-Python, une bouchée offerte par la Ville à la population. Un concept reconduit en 2025 et qui pourrait devenir un incontournable de la manifestation. Car quoi de plus naturel que de voir des chefs·fes étoilés·es rejoindre la constellation Nova ?



Im Stadtzentrum von Freiburg fehlte es während der Adventszeit bislang an besonderen Aktivitäten. Dabei ist diese Zeit des Jahres nicht nur für die Geschäfte der Kantonshauptstadt strategisch wichtig, sondern auch für die Bewohnerinnen und Bewohner sowie für alle, die Freiburg besuchen. Aus dieser Beobachtung heraus und nach einem entsprechenden Postulat beim Generalrat hat der Sektor Wirtschaftsentwicklung der Stadt Freiburg die Initiative ergriffen. Unter dem Namen «Nova» entstand eine neue Veranstaltung auf dem Georges-Python-Platz, die diese Lücke füllt. Für die Umsetzung des Projekts wurden alle relevanten Sektoren einbezogen. So konnte nicht nur eine gemeinsame Arbeitskultur innerhalb der Stadtverwaltung etabliert werden, sondern auch gezeigt werden, dass ein gross angelegtes Projekt in Rekordzeit erfolgreich realisiert werden kann. Dieses Know-how wurde geschätzt und anerkannt. Bei der ersten Ausgabe im Jahr 2024 besuchten mehr als 17000 Personen Nova.

Über eine eigens eingerichtete Website sind zudem alle winterlichen Aktivitäten ersichtlich. Vor Ort ist Nova ein Fest: Die Strassen der Hauptstadt erstrahlen in weihnachtlichem Glanz, und auf dem Georges-Python-Platz, dem Herzstück der Veranstaltung, gibt es zahlreiche Animationen. Nova ist aber kein traditioneller Weihnachtsmarkt, denn Freiburg und seine Umgebung verfügen bereits über zahlreiche private Initiativen mit solchen Angeboten. Ziel von Nova ist es, diese bestehende Vielfalt nicht zu konkurrenzieren, sondern sinnvoll zu ergänzen. Nachhaltigkeit spielt bei Nova eine zentrale Rolle: Es werden regionale Produkte angeboten, der Platz dient als offener Ort für Begegnungen und Aus-

tausch, und die Besucherinnen und Besucher werden dazu ermutigt, lokal zu konsumieren. Für die Ausgabe 2025 möchte Nova noch mehr Wirkung entfalten: Alle Geschäfte und Restaurants entlang des Lichterpfads werden einbezogen. Zudem wird das gastronomische Format «Le Rendez-vous des Chefs» fortgeführt: Drei bekannte Köchinnen und Köche bieten auf dem Georges-Python-Platz kleine, neu interpretierte Häppchen an, die von der Stadt kostenlos an die Bevölkerung verteilt werden. Ein Konzept, das in den kommenden Jahren zu einem festen Höhepunkt der Veranstaltung werden könnte.





## Le Sauvage

Le Sauvage  
Planche-Supérieure 12  
T + 41 26 347 30 60

Serge Collaud  
Directeur général des Transports  
publics fribourgeois

**Un snack pour  
recharger les  
batteries: une  
branche Cailler  
«Crémant»**

Né à Fribourg, j'ai grandi et je m'y suis épanoui. J'aime la ville et ses habitants·es et je ne la quitterai jamais ! C'est pour moi un honneur de gérer un établissement public, qui plus est au cœur de la si belle basse-ville. Le restaurant, c'est un peu l'image d'une ville en miniature. Vous y trouverez l'accueil, la sensibilité et les saveurs du coin. C'est donc une responsabilité pour moi d'être à la hauteur de notre cité. Fribourg, par sa taille humaine, est un peu un grand village. J'ai la chance de connaître personnellement la plupart des fournisseurs·ses, artisans·es, paysans·es avec qui je collabore. Ceci renforce les liens humains, mais aussi la qualité. Lieu de rencontres par excellence, je reçois des hôtes curieux·ses de nouvelles expériences mais aussi habitués·es de longue date. Toutes et tous recherchent un moment particulier, délicieux et chaleureux. J'ai également la chance de proposer quelques chambres d'hôtel en plus de mon offre de restauration, ce qui me permet de recevoir plus facilement des convives provenant de toute la Suisse. J'ai le privilège de recevoir ainsi de nombreux·ses clients·es germanophones qui apprécient, tout comme moi, notre bilinguisme, la beauté de la ville et ses atouts culturels et sportifs. Je tiens à cette Fribourg bilingue. Tous nos supports de communication, notamment nos cartes de mets, sont rédigés en français et en allemand. Les langues, la communication est l'un des premiers signaux d'ouverture aux autres ! Attractive et toujours en mouvement, Fribourg est bercée par des manifestations nombreuses et variées tout au long de l'année. Restaurateur-hôtelier fribourgeois, je me réjouis de pouvoir accompagner ces nombreux événements en proposant des plats délicieux proches des valeurs et des coutumes de ces derniers·ères. Tantôt épicée, tantôt sucrée, mon offre de restauration a son caractère, suit les saisons mais recherche avant tout à redonner tout l'amour que l'on nous donne !

François Baumann

# Restaurant éphémère, liens sociaux durables

*Événement stratégique*



## MELTING POPOTE

Comme un cadeau déposé sous le sapin quelques jours avant Noël. C'est en décembre 2023 que l'association Melting popote est fondée par Isabelle Baeriswyl et Jean Piguet. Cette année-là, Fribourg était désignée « ville suisse du Goût » par la Fondation pour la promotion du goût et la capitale cantonale cherchait à intégrer toute la population à cette célébration, se souvient Ula Stotzer, cheffe du Secteur de la cohésion sociale : « Et notamment les personnes issues de l'immigration. Nous avons 138 nationalités différentes en ville de Fribourg. Près de 40% des habitants-es n'ont pas la nationalité suisse. Avec Jean, Isabelle et l'équipe du Marketing urbain, nous avons eu l'idée d'organiser un événement hors du centre-ville, où de nombreuses manifestations ont déjà lieu, d'aller dans les autres quartiers, de cuisiner ensemble et de partager des recettes, un repas, de créer des liens via un restaurant éphémère qui occupe l'espace public. » C'est ainsi que le festival Melting popote vit sa première édition en mai 2023 dans le quartier du Schoenberg et l'association est créée quelques mois plus tard. Le concept rencontre un vif succès et est reconduit dans le quartier du Jura en 2024, puis dans celui de Beaumont-Vignettaz en 2025. Cinq jours par an, un quartier de Fribourg vit donc au rythme des saveurs d'ici et surtout d'ailleurs via des menus concoctés par ses habitants-es. « Isabelle fait un énorme travail de coordination, explique Jean Piguet. C'est elle qui va à la rencontre des personnes dans le quartier qui accueille l'édition annuelle pour trouver des cuisiniers-ères. Elle les met en confiance, les aide à rédiger leur recette. Durant l'atelier de cuisine, c'est elle aussi qui accueille les participants-es, qui met tout le monde à l'aise, qui fait le discours de bienvenue, le tout en deux langues. C'est encore Isabelle qui cherche une partie des fonds pour financer le festival. Mon expérience de cuisinier me permet d'assurer toute la partie logistique, de relire les recettes et de voir de quoi les cuisiniers-ères auront besoin, notamment pour les ustensiles, casseroles, etc. Je les coache, si nécessaire, lors de la préparation des repas. J'ai une cantine mobile qui est mon outil de travail le reste de l'année. Je suis donc

**Pas besoin de faire partie d'une association pour venir ou d'être professionnel·le dans la restauration. Tu es intéressé·e? Tu peux t'inscrire, proposer une recette, animer l'atelier ou simplement aider à préparer un repas.**

habitué à ce type de situation. »

La Ville de Fribourg joue les facilitatrices pour trouver un endroit où installer le festival : parking de la Heitera au Schoenberg, parc des sports Sainte-Agnès, école de la Vignettaz. Elle finance aussi la moitié du budget de la manifestation, aux créateurs-rices de Melting popote de trouver le reste via des dons de fondations et de privés-es. Une petite partie des frais est compensée par le prix du repas, dont le montant est au bon vouloir des personnes qui viennent manger. « Le prix ne doit pas être un frein, l'événement doit rester accessible à tout le monde car, l'idée première est bien d'attirer les gens du quartier concerné, mais aussi des personnes de toute la ville, explique Ula Stotzer. En trois éditions, Melting popote a déjà des fidèles qui reviennent chaque année. C'est une magnifique occasion d'apprendre à se connaître, d'échanger, de partager et d'activer les réseaux dans un quartier donné. »

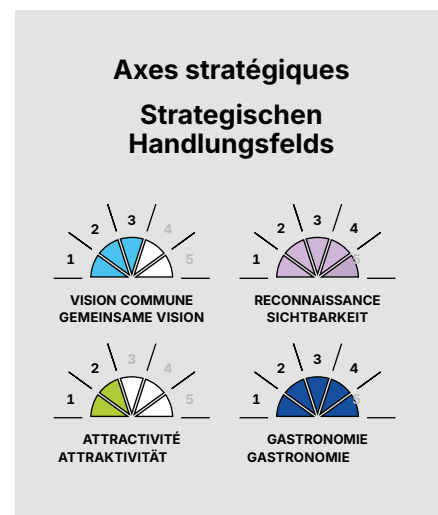
### Valoriser la population

Le festival offre l'occasion à des cuisiniers-ères amateurs-rices de présenter des recettes de leur pays d'origine, de valoriser une culture, des saveurs et de composer un tour du monde gastronomique original. Chaque jour, deux plats sont proposés, ce qui permet au public de voyager du Congo à la Macédoine du Nord, du Vietnam au Brésil, le temps d'un repas. « Il y a aussi une grande valorisation des personnes qui animent l'atelier et préparent les repas, s'enthousiasme Jean Piguet. Pour certaines d'entre elles, c'est la première fois qu'elles cuisinent avec et pour des inconnus-es, qu'elles reçoivent un petit défraiement pour ce travail. J'ai ressenti leur fierté de prendre en main ces ateliers, de présenter une recette, de mettre en valeur leurs origines au travers de la gastronomie. Il y a tout de suite une solidarité qui s'installe, les participants-es montrent un grand intérêt pour les ateliers, ça soude une

équipe. Je suis sidéré comme tout fonctionne facilement. Lors des repas, tout le monde se mélange naturellement. À l'heure où les bistrot de quartier ferment les uns après les autres, Melting popote recrée l'ambiance, certes éphémère, de ces lieux qui sont tellement importants pour la cohésion sociale. » Quant aux recettes, elles s'inscrivent dans la durée, puisqu'elles sont disponibles gratuitement sur le site internet de l'association. « Ce qu'il y a de différent dans ce concept par rapport à d'autres festivals culinaires où les gens viennent seulement pour déguster des plats d'autres régions, c'est que Melting popote est ouvert à tout le monde, relève Ula Stotzer. Pas besoin de faire partie d'une association pour venir ou d'être professionnel·le dans la restauration. Tu es intéressé·e ? Tu peux t'inscrire, proposer une recette, animer l'atelier ou simplement aider à préparer un repas. C'est vraiment du « sur mesure » à l'échelle d'un quartier et je suis convaincue que c'est l'un des meilleurs moyens d'intégrer tout le monde à la vie de la cité. » Se faire des amis·es en dégustant un bon repas: rarement un festival n'aura autant eu de raison d'être.



Im Jahr 2023 wurde Freiburg von der Fondation pour la promotion du Goût zur Schweizer Genussstadt gekürt. Der Kantonshauptstadt ist es ein Anliegen, die gesamte Bevölkerung in die Feierlichkeiten einzubeziehen – insbesondere auch Menschen mit Migrationshintergrund. Nach Gesprächen mit Jean Piguët, Isabelle Baeriswyl und dem Stadtmarketing-Team entstand die Idee, ein Event ausserhalb des Stadtzentrums zu organisieren und stattdessen direkt in die Quartiere zu gehen. Der Name: Melting popote. Das Konzept ist einfach: Fünf Tage im Jahr steht jeweils ein Freiburger Quartier ganz im Zeichen lokaler und internationaler Aromen, mit Menüs, die von den Bewohnerinnen und Bewohnern selbst zubereitet werden. Die erste Ausgabe fand 2023 im Schönberg statt. 2024 und 2025 folgten die Quartiere Jura und Beaumont-Vignettaz. Jean und Isabelle gründeten im Dezember 2023 den Verein «Melting popote» und koordinieren seither die Organisation sowie die gesamte Logistik der Veranstaltung. Die Stadt Freiburg übernimmt die Hälfte des Budgets und stellt die benötigten Flächen im jeweiligen Quartier zur Verfügung. Den Rest finanzieren Stiftungen und private Spenderinnen und Spender. Ein kleiner Teil der Kosten wird über den Preis für das Essen gedeckt, der von den Gästen selbst beliebig festgelegt wird. Nach drei Ausgaben fällt die Bilanz durchwegs positiv aus: Melting popote hat es geschafft, die Nachbarschaften zu vernetzen und das kulturelle sowie kulinarische Können von Hobbyköchinnen und -köchen sichtbar zu machen. Gleichzeitig entsteht in den temporären Quartierbistrotts, in dem der gesellschaftliche Zusammenhalt gestärkt wird.



# La recette de Ben et Léo

Cette recette relie nos origines fribourgeoises à notre cuisine d'inspiration asiatique. Le Gruyère AOP, souvenir des morceaux dégustés lors de balades en montagne avec nos familles dès l'enfance, rend hommage à Fribourg, tandis que le gingembre, le soja et le piment évoquent l'esprit asiatique de nos restaurants Kumō.

## Pappardelles maison au Gruyère AOP, courge rôtie au soja et piment, pleurotes et chanterelles sautées, crème de courge au gingembre

### Ingédients pour 6 personnes

#### *Pappardelles (pour environ 6 personnes)*

300 g de farine de blé dur  
100 g de farine de blé tendre (T55)  
4 œufs entiers  
10 g d'huile d'olive  
4 g de sel fin

#### *Crème de courge au gingembre*

600 g de courge (butternut ou potimarron)  
10 g de gingembre frais râpé  
30 g de beurre  
80 g de crème  
Sel, poivre blanc

#### *Courge rôtie au soja et piment*

400 g de courge butternut (dés de 1,5 cm)  
30 g de sauce soja salée  
10 g de miel  
20 g d'huile d'olive  
Piment frais émincé ou flocons, selon goût  
Poivre noir

#### *Poêlée de pleurotes et chanterelles*

150 g de pleurotes  
150 g de chanterelles  
1 échalote ciselée  
20 g de beurre  
10 g d'huile d'olive  
Sel, poivre  
Persil plat haché

#### *Siphon de Gruyère AOP*

250 g de crème  
150 g de lait entier  
100 g de Gruyère AOP râpé (affiné 12 à 18 mois)  
Poivre blanc

#### *Apollo*

Rue du Criblet 7  
T +41 26 520 76 20

### Préparations

Mélanger les farines et le sel, puis former un puits. Incorporer les œufs et l'huile d'olive. Pétrir jusqu'à obtenir une pâte homogène, lisse et élastique (environ 8 à 10 minutes). Filmer la pâte et laisser reposer 30 minutes au frais. Abaisser finement la pâte au laminoir (épaisseur d'environ 1,5 mm). Découper des bandes de 2 à 3 cm de large pour former les pappardelles. Fariner légèrement, former des nids et laisser sécher 15 à 20 minutes à température ambiante. Cuire dans une grande quantité d'eau bouillante salée (2 à 3 minutes) jusqu'à ce qu'elles soient al dente. Égoutter, huiler légèrement et réserver au chaud.

Cuire la courge à la vapeur ou au four (180 °C, 25 minutes) jusqu'à tendreté. Mixer avec le beurre, la crème et le gingembre, puis assaisonner. Passer au tamis fin. Réserver au chaud ou maintenir en poche à douille pour le dressage.

Mélanger tous les ingrédients pour bien enrober les dés de courge. Disposer sur une plaque et rôtir à 200 °C pendant 20 à 25 minutes, jusqu'à belle

coloration. Réserver au chaud.

Nettoyer les champignons sans les tremper. Faire revenir l'échalote dans le mélange beurre et huile, puis ajouter les champignons et sauter à feu vif jusqu'à légère coloration. Assaisonner et ajouter le persil en fin de cuisson. Réserver.

Chauffer le lait et la crème à 80 °C, puis ajouter le Gruyère AOP et laisser infuser 10 minutes. Mixer pour lisser, passer finement au chinois étamine et verser dans un siphon (0,5 l). Charger deux cartouches de N<sub>2</sub>O, secouer et maintenir à 60 °C au bain-marie jusqu'au service.

### Montage et dressage

Réchauffer les pappardelles dans un peu de beurre ou de bouillon et les enrober d'un léger trait de crème de courge au gingembre. Dresser en nid au centre de l'assiette. Ajouter quelques cubes de courge rôtie au soja et piment. Répartir la poêlée de champignons autour. Napper de l'émulsion chaude du siphon de Gruyère. Ajouter quelques éclats de noisettes torréfiées avant le service.





### **Quels sont les bénéfices pour le district de la Sarine de la stratégie de marketing urbain élaborée par la Ville de Fribourg ?**

Cette stratégie est profitable au district car elle rejoint, sur de nombreux points, la stratégie touristique dont l'Association régionale de la Sarine (ARS) s'est dotée pour 2025–2029, notamment par la mise en valeur du patrimoine et la gastronomie comme moteur d'attractivité. L'axe « gastronomie » de la Ville soutient la proposition de valeur unique que l'ARS a choisie pour se distinguer, à savoir le « Terroir créatif », une approche qui marie traditions, patrimoine, gastronomie et innovation. La création de la stratégie touristique de l'ARS en 2024 s'est notamment appuyée sur celle de la Ville pour ces aspects afin d'être alignées. De son côté, la stratégie de la Ville cite explicitement de nombreuses actions mettant en avant et en relation la campagne sarinoise : valoriser la proximité de la ville et de la campagne, collaborations avec Grangeneuve et la filière du lait, promouvoir la mobilité douce, etc. Elle participe donc pleinement à la volonté de l'ARS de faire du district une destination attractive, créative et unie – avec trois grands objectifs : prolonger la durée des séjours, renforcer l'attractivité touristique de l'ensemble du territoire et encourager la cohésion entre ville et campagne.

Le statut de ville créative de l'UNESCO dans la gastronomie est un très fort atout qui laisse entrevoir des retombées sur la Sarine entière, en renforçant l'image et l'attractivité du district, voire de tout le canton de Fribourg. Cela peut attirer des visiteurs-ses qui peuvent ensuite être incités-es à découvrir les attractions du district et le reste du canton. En effet, le réseau UNESCO est porteur et gage d'expérience exceptionnelle au niveau international.

De plus, aujourd'hui, l'attractivité touristique d'une ville ne se mesure plus uniquement à ses activités et sites à visiter : la qualité de vie et l'image auprès de ses habitants-es influencent directement la perception des visiteurs-es. En ce sens, la straté-

# Association régionale de la Sarine

gie de marketing urbain est intéressante au niveau touristique, car elle agit autant sur le bien-être et la fierté des résidents-es que sur l'attrait de la Ville pour les visiteurs-es. Cette stratégie agit également sur le domaine de l'économie. En effet, les produits et savoir-faire des villages du district peuvent être mis en avant via l'offre gastronomique en ville, qui sera renforcée et promue. On le sait, les produits du terroir ne viennent que rarement de la ville directement, mais plutôt des communes aux alentours. Via la promotion des circuits courts, c'est naturellement la Sarine qui en tirera le plus de bénéfice.

Les retombées positives profiteront également au domaine événementiel, comme les circuits gourmands et les festivals gastronomiques. Ces événements relient les producteurs-rices du district à la scène urbaine, augmentant ainsi leur visibilité et les ventes. Enfin, c'est également un avantage au niveau social, dans la mesure où la stratégie prévoit de renforcer les domaines de la formation dans la gastronomie autant en ville qu'à la campagne (via Grangeneuve par exemple).

### **La gastronomie, un lien fort pour le district ?**

La gastronomie est au cœur de l'identité du district de la Sarine, avec son paysage agricole et ses produits du terroir. Avec le « terroir créatif », l'ARS met en avant les produits et les savoir-faire de la région, en y associant l'innovation et la créativité, caractérisées par la ville de Fribourg par rapport au reste du canton. La reconnaissance de Fribourg comme ville créative de l'UNESCO dans le domaine de la gastronomie est une des bases de cette ambition et offre une vitrine internationale dont profite l'ensemble du district. Pour l'ARS et le district, cet axe a du sens à plusieurs niveaux : il valorise nos spécialités et nos producteurs-rices, soutient l'économie locale, renforce l'attractivité et incite les visiteurs-ses à prolonger leur séjour. Il crée aussi un lien concret entre la ville et la campagne, en connectant la scène gastronomique urbaine avec les producteurs-trices et artisans-es des communes campagnardes. On peut prendre l'exemple de deux projets : la

valorisation du patrimoine brassicole et les Swiss Cheese Awards. Dans les deux cas, on parle de sujets gastronomiques ayant un fort ancrage en campagne, avec des événements et projets d'activités en ville également. Au niveau institutionnel, on peut mentionner l'excellente collaboration entre la Ville de Fribourg et l'ARS sur de nombreux projets comme les deux précités, mais également l'organisation de la Bénichon sarinoise en ville, qui est le parfait exemple de l'application concrète des deux stratégies.

Lise-Marie Graden  
Présidente



Sandro Schmid  
Hockeyeur  
HC Fribourg-Gottéron

**Das Essen, das ein Team zusammenschweißt:**  
eine Pizza nach dem Spiel, alle zusammen



Hubert Audriaz  
Magicien de l'Auge

**Le plat du magicien:** le gâteau aux pommes qui symbolise toute mon enfance



# La Pinte des Trois Canards

*Pinte des Trois Canards*  
Chemin du Gottéron 102  
T + 41 26 321 28 22

C'est avec beaucoup de fierté que la Pinte des Trois Canards a accueilli la nomination de la Ville de Fribourg au sein du Réseau des villes créatives de l'Unesco, dans le domaine de la gastronomie. Non seulement parce que notre établissement se situe dans la vallée du Gottéron et fait donc partie d'une commune désormais reconnue pour sa gastronomie, mais aussi parce que cette reconnaissance est en adéquation avec les valeurs que nous promovons depuis des années. Nous travaillons avec les produits du terroir et avec les commerçants-es locaux-les. À l'exemple de la pisciculture située non loin de notre établissement, où la famille Bossy élève des truites depuis plusieurs générations. Cette collaboration nous permet de proposer des truites fraîches, chaque jour, à notre clientèle. Notre cuisinier s'est même fait un plaisir d'élaborer un « menu découverte » composé exclusivement de truite. Un succès ! Nous travaillons aussi avec la boucherie Bertschy qui, depuis plusieurs générations également, nous livre du bœuf de la région, préparé avec soin et rassis, qu'elle nous livre directement. En travaillant de cette manière, nous mettons en avant le savoir-faire des artisans-nés locaux-les, dont les produits sont apprêtés dans un cadre magique, hors du temps, en pleine nature, mais à deux pas de la ville.

Julien Baeriswyl



Joseph Deiss  
Ancien conseiller fédéral et ancien président de l'Assemblée générale des Nations Unies

**Le plat qui vous rappelle New York:**  
le «Clafoutis Manhattan» (pomme, pomme de terre, croûtons, jambon, épinards en branches et œuf au plat). Mon plat nostalgie de New York demeure possible lorsqu'il ne reste pratiquement plus rien au frigo

Christelle Corpataux  
Membre du comité du Carnaval des Bolzes

**Le vrai repas des Bolzes:** des plats consistants et réconfortants. Mais, les jours de cortège, c'est surtout des confettis que l'on mange

# L'Aigle Noir

L'Aigle Noir  
Rue des Alpes 10  
T + 41 26 322 49 77



En 2018, lorsque la Bourgeoisie de la Ville de Fribourg a sollicité la Fondation St-Louis pour gérer l'Aigle Noir, la demande dépassait la simple reprise d'un établissement. Elle portait l'ambition de préserver un lieu emblématique tout en y inscrivant une mission sociale forte. Après réflexion, la Fondation St-Louis a accepté ce mandat. Le jour de la remise des clés, l'équipe a senti immédiatement que l'Aigle Noir n'était pas un restaurant comme un autre : ses caves, ses pierres et les images d'autrefois racontaient silencieusement la longue histoire de ceux qui l'avaient fréquenté. Ce moment a marqué une prise de conscience : reprendre l'Aigle Noir, c'était assumer une part vivante du patrimoine fribourgeois. Cette transition s'est teintée d'émotion lorsqu'un signe de continuité s'est imposé naturellement : le chef de cuisine, déjà présent à l'époque de l'ancien restaurant gastronomique, a choisi de rester et d'accompagner la transformation du lieu. En acceptant de rejoindre la Fondation St-Louis, il a mêlé son savoir-faire à une mission nouvelle. Grâce à son engagement, l'exigence culinaire qui caractérisait l'Aigle Noir s'est prolongée, tout en s'enrichissant d'une dimension humaine supplémentaire : transmettre, former, soutenir. Car aujourd'hui, près de la moitié du personnel est en mesure d'insertion, engagée dans un parcours qui vise à retrouver confiance et place sur le premier marché de l'emploi. Le travail en cuisine, au service et en salle devient ainsi un espace d'apprentissage et de reconstruction. Et ce cadre d'insertion professionnelle prend d'autant plus de sens que l'Aigle Noir fonctionne sans subvention, porté intégralement par les exigences du marché – une réussite à la fois gastronomique et sociale. Ainsi, l'Aigle Noir poursuit son histoire au cœur de Fribourg : un lieu où l'héritage se conjugue au présent, où le goût rencontre l'engagement, et où chaque assiette raconte un peu plus que ce qu'elle contient.

L'équipe de l'Aigle Noir



# Réseau des villes créatives de l'UNESCO (RVCU)

## En quoi consiste exactement le Réseau des villes créatives de l'UNESCO ?

L'UNESCO a lancé le Programme des villes créatives en 2004 afin de renforcer la coopération entre les villes ayant reconnu la créativité comme facteur stratégique de leur développement durable sur les plans économique, social, culturel et environnemental. À ce jour, le RVCU compte 408 villes dans plus de 100 pays (les 58 dernières villes à avoir rejoint le Réseau ont été annoncées fin octobre 2025). Il couvre huit domaines créatifs (sous-réseaux) : architecture (depuis 2025), artisanat et art populaire, design, cinéma, gastronomie, littérature, arts médiatiques et musique. Tous les deux ans, l'UNESCO offre aux villes la possibilité de postuler pour rejoindre le Réseau. Pour ce faire, les villes doivent, via un formulaire de candidature, mettre en avant leurs atouts créatifs dans le domaine choisi et proposer un plan d'action quadriennal capable de concilier ces atouts avec les objectifs de l'UNESCO. À l'issue d'un processus d'évaluation mené en collaboration avec les villes créatives existantes et des experts-es, l'UNESCO ajoute au Réseau les villes dont les candidatures sont jugées conformes aux objectifs du Programme. En rejoignant le réseau, les villes s'engagent à partager leurs bonnes pratiques, à développer des partenariats qui favorisent la créativité et valorisent leurs industries culturelles, à renforcer la participation à la vie culturelle en l'intégrant dans leurs plans de développement urbain. Enfin, le réseau s'engage à soutenir les cadres des Nations unies, en particulier l'Agenda 2030 pour le développement durable.

## Bergame a rejoint le RVCU en 2019, Fribourg, en 2023. Quels sont les avantages pour ces villes d'adhérer à ce réseau ?

L'objectif principal d'une ville créative est de systématiser ses atouts créatifs et de développer leur potentiel afin de promouvoir l'accès des citoyens-nes à la culture : il ne s'agit pas de créer à partir de zéro, mais de développer des liens originaux entre des éléments déjà existants. Le RVCU vise à intégrer pleinement la culture et la créativité

dans les stratégies et les plans de développement local. Pour ce faire, les villes doivent agir afin de stimuler et de renforcer les initiatives qui soutiennent la créativité, composante essentielle du développement urbain, améliorant l'accès et la participation à la vie culturelle ainsi que la jouissance des biens culturels et leur développement, élargissant ainsi les opportunités pour les créateurs-rices et les professionnels-les. En rejoignant le RVCU, la ville se retrouve en compagnie de centaines d'autres du monde entier avec lesquelles elle peut cultiver des relations privilégiées : une scène unique en termes d'opportunités de croissance et d'échange. En se connectant à d'autres réalités, les villes créatives peuvent partager des expériences et des bonnes pratiques, échangeant des connaissances qui, appliquées à leur propre contexte, peuvent être utiles pour améliorer la qualité de vie des citoyens-nes. En tant que villes créatives, nous travaillons à faciliter et à établir des liens entre les individus, les institutions et les communautés.

## Fribourg et Bergame sont reconnues comme des villes créatives dans le domaine de la gastronomie. Pourquoi ce secteur est-il si fédérateur ?

La gastronomie est le point de rencontre entre le patrimoine matériel et immatériel d'un territoire, d'une communauté. Ces dernières années, un élan créatif particulier s'est développé autour de l'alimentation, qui n'est plus considérée comme un simple bien de consommation, mais comme un patrimoine à interpréter et à décrire. Une chose que partagent Bergame et Fribourg, c'est une conscience profonde de leur propre patrimoine – composé de savoirs traditionnels et de capital humain qui façonnent des territoires uniques – combinée à la capacité d'interpréter ces atouts de manière innovante. La force du sous-réseau des villes de gastronomie réside dans leur capacité à toujours trouver des points de contact, parfois inattendus, entre des cultures et des traditions éloignées, et à les faire converger dans des projets et des alliances. La valorisation du patrimoine gastronomique et son interprétation créative prennent forme,

au niveau du RVCU, grâce à un échange constant entre les villes : diverses manifestations sont organisées à travers le monde par les villes, auxquelles participent des chefs-fes, des producteurs-rices et des spécialistes de l'alimentation, qui sont en mesure de faire connaître le caractère unique de chaque ville créative et son patrimoine vivant.

En 2024, Bergame a eu l'honneur d'être invitée à participer à Fribourg au premier Forum des villes créatives, qui illustre parfaitement l'esprit d'action de ces villes. Au cours de cet événement, un échange prolifique d'idées et de propositions a eu lieu entre les représentants-es de la Ville, les experts-es et les acteurs-rices locaux-les, qui ont uni leurs forces pour planifier ensemble des événements attrayants afin de célébrer la gastronomie locale.

**Claudio Cecchinelli**  
Réfèrent de la ville créative de gastronomie, Bergame (I)  
Coordinateur du cluster des villes créatives de gastronomie de l'UNESCO



# La genèse

**Octobre 2021**

Le plan de législation 2021-2026 fixe l'axe 6, qui vise à faire rayonner la Ville de Fribourg via une stratégie de marketing urbain et une alimentation scolaire saine et écologique.

**2021 2022**

**Début 2022**

Fribourg est désignée ville du Goût 2023 et la Ville engage un chef de projet pour organiser cette année thématique.

**2022**

**Septembre 2022**

Création du secteur **Marketing urbain, développement durable et projets** au sein du Service de l'administration générale et engagement d'un chef de secteur

**Septembre 2022**

La Ville internalise ses cuisines scolaires, prépare env. 600 repas/jour, signe la charte **Cuisinons notre région** et obtient le label **Fourchette verte ama terra**

**Novembre 2022 à juin 2023**

Mandat d'élaboration de la candidature de la Ville de Fribourg pour intégrer le Réseau des villes créatives de l'UNESCO (RVCU)

**De mars à octobre 2023 Fribourg, ville du Goût 2023**

avec 460 événements et 45'000 participant·es

**17-26 mars 37<sup>e</sup> édition du FIFF** et première édition d'**un film, un repas**

**28 avril 1<sup>re</sup> réunion des anciennes villes du Goût** à Fribourg et signature du Pacte de Milan

**28 mai 2<sup>e</sup> édition du Salon Innofood & Co** (première édition soutenue par la Ville)

**30 mai au 3 juin Première édition de Melting popote**, dans le quartier du Schoenberg

**14-24 septembre 2023 La Semaine du Goût**

**15 au 17 sept. 2023 Bénichon en ville**, un grand marché du terroir, une ferme de la bénichon ainsi que diverses animations en lien avec cette tradition

**21 septembre Concours** entre 11 artisans·es pour créer la gourmandise officielle de la Ville, remporté par la boulangerie Saudan avec ses Petits pavés

**2023**

**31 juin 2023**

Dépôt de la candidature de la Ville auprès de l'UNESCO

**31 octobre 2023**

Fribourg rejoint le Réseau des villes créatives UNESCO dans le domaine de la gastronomie

**Janvier à mars 2024**

Constitution de la gouvernance du RVCU incluant la Ville (COPIL, CO TECH), le Canton (PromFR et Chancellerie), l'Union Fribourgeoise du Tourisme, Terroir Fribourg, l'Unifr, le Cluster Food & Nutrition et l'ARS ainsi que tous les services de la Ville concernés

**2024**

**Janvier 2024**

Labellisation **Fait Maison** des cuisines scolaires

**28 mai 2024**

3<sup>e</sup> édition du Salon Innofood & Co à Forum Fribourg et accueil de représentants·es de la ville créative de gastronomie de Rouen (F)

**15-24 mars 2024**

38<sup>e</sup> édition du FIFF, 2<sup>e</sup> édition d'**un film un repas**

**4 juillet 2024**

Lancement du premier appel à projets **Créativité et gastronomie**

**Juillet 2024**

1<sup>re</sup> participation à la Conférence annuelle des villes créatives de l'UNESCO à Braga (PT)

**27-31 août 2024**

2<sup>e</sup> édition de Melting popote dans le quartier du Jura

**2 octobre 2024**

Inauguration du FRIC (Food Reserch and Innovation Center) de l'Unifr et accueil des représentants·es de la ville créative de gastronomie de Bergen (NO)

**3 novembre 2024**

1<sup>re</sup> édition du Forum **Fribourg, ville créative de gastronomie** à L'Atelier et accueil des représentants·es de la ville créative de gastronomie de Bergame (I)

**2025**

**Décembre 2024**

Validation par le Conseil communal, de la stratégie de marketing urbain dont le plan d'action du projet RVCU fait partie, avec comme vision d'être reconnue d'ici 2035 comme ville créative de gastronomie aux niveaux cantonal, national et international

**5-25 décembre 2024**

1<sup>re</sup> édition de **NOVA**, y compris le premier rendez-vous des chefs le 15 décembre

**4 mars 2025**

7 villes lancent la **Charte des villes et communes suisses pour une alimentation durable** (Bâle, Berne, Fribourg, Genève, Lausanne, Saint-Gall et Zurich)

**2025**

**18 mars 2025**

Lancement du 2<sup>e</sup> appel à projets **Créativité et gastronomie**

**21-30 mars 2025**

39<sup>e</sup> édition du FIFF, dont la 3<sup>e</sup> édition d'**un film un repas**

**2 avril 2025**

Intégration de GastroFribourg dans le COPIL du RVCU

**17 mai 2025**

Réalisation du premier projet **Créativité et gastronomie; Repas-événement Envol gourmand de REPER**

**Juin 2025**

Participation à la Conférence annuelle des villes créatives de l'UNESCO, à Enghien-les-Bains (F)

**15 juin 2025**

Les 100 ans de Tinguely avec bouchée en hommage à Tinguely et intégration des restaurateurs·rices (chevalets artistiques)

**17 juin 2025**

4<sup>e</sup> édition du Salon Innofood & Co à Forum Fribourg

**24-29 juin 2025**

2<sup>e</sup> projet **Créativité et gastronomie (Kcffi Otmar à OVNI)**

**21 juin 2025**

Record du plus long éclair pâtisssier du monde organisé par les Ateliers de la Glâne et l'EPAL, à Fribourg Centre

**25 juin 2025**

Présence de la Ville de Fribourg à la soirée suisse de l'Ambassade de Suisse en France aux côtés de Terroir Fribourg et FudLäb (promotion du RVCU)

**19-23 août 2025**

3<sup>e</sup> édition de Melting popote dans le quartier de Beaumont

**12-14 septembre 2025**

Bénichon sarinoise en ville, coorganisée par l'ARS et la Ville, en collaboration avec Terroir Fribourg GastroFribourg et Fribourg Tourisme

**20 septembre 2025**

3<sup>e</sup> projet créativité et gastronomie : La science dans votre assiette à Explora

**24 septembre 2025**

1<sup>er</sup> événement : les délices du FIFF

**10-12 octobre 2025**

4<sup>e</sup> projet **Créativité et gastronomie (In flavour, Bilboquet)**

**30-31 octobre, 1<sup>er</sup> novembre 2025**

Participation de la ville à la **Rencontre annuelle des villes créatives de gastronomie à Merida (MX)**

**19 novembre 2025**

2<sup>e</sup> forum **Fribourg, ville créative de gastronomie**, Villars-sur-Glâne

**28-30 novembre 2025**

5<sup>e</sup> projet **Créativité et gastronomie (Rencontres fermentées, Grand-Pont)**

**Décembre 2025**

2<sup>e</sup> édition de **NOVA, les rendez-vous de l'hiver** - rendez-vous des chefs, diffusion de la stratégie de marketing urbain

**10-11 octobre 2025**

Présence de FudLäb à l'événement **Rouen à Table !** à Rouen (F)

**6-7 février 2026**

6<sup>e</sup> projet **Créativité et gastronomie (Fondue de Tour, Office du tourisme)**

**15-30 mai 2026**

Championnat du monde de hockey sur glace masculin à Fribourg et Zurich

**6-11 octobre 2026**

Swiss Cheese Awards à Fribourg

**Décembre 2026**

Rencontre des villes francophones faisant partie du Réseau des villes créatives de l'UNESCO, à Montreux

**2026**

**Courant de l'année** Rédaction du nouveau plan d'action quadriennal (2028-2031)



**Freiburg**  
Stadt der  
Gastronomie



**unesco**  
Member of  
the Creative Cities Network

