



«Nous avons changé l'image de Fribourg»

LUXE Le canton a signé l'un de ses plus beaux succès fin 2022 en attirant la marque horlogère genevoise Rolex. Pour le conseiller d'Etat à l'Economie, Olivier Curty, les répercussions seront multiples

PROPOS RECUEILLIS PAR YAN PAUCHARD
@yanpauchard

Ce lundi, c'est l'heure du traditionnel bilan annuel de la promotion économique du canton de Fribourg. Un dernier exercice marqué par l'un des plus beaux succès de l'office, le choix de la marque de luxe Rolex de bâtir un site de production à Bulle. L'occasion de revenir sur cette annonce avec le conseiller d'Etat du Centre Olivier Curty, chef de la Direction de l'économie, de l'emploi et de la formation professionnelle.

L'année 2022 de la promotion économique fribourgeoise a été marquée par l'annonce en novembre de l'implantation de Rolex à Bulle. Qu'est-ce qu'une telle arrivée représente pour le canton? J'aurais juste envie de ne rien dire et d'afficher mon plus grand sourire. C'était une nouvelle spectaculaire. L'arrivée d'une marque aussi prestigieuse, suisse qui plus est, ça excite forcément l'imaginaire, y compris dans la population fribourgeoise. D'autant qu'avec Rolex, nous partageons le goût pour l'innovation et la précision. Pour nous, à la Direction de l'économie, c'est la confirmation que notre canton n'est pas seulement attractif pour les start-up et les PME, mais aussi pour les grands groupes internationaux.

INTERVIEW

Ce n'est pourtant pas la première fois qu'une multinationale s'implante dans le canton, à l'image de Liebherr Machines en 1978. Oui, mais c'était une autre époque... Chaque fois, c'est comme un grand cru. Et il ne sert à rien de comparer les grands crus.

Dans le cas de Rolex, qu'est ce qui a permis au canton de faire la différence? Il faudrait poser la question à Rolex. Une implantation demeure un choix d'entreprise. A mes yeux cependant, notre politique foncière, en particulier celle menée par la ville de Bulle, a été déterminante. La disponibilité d'un terrain, équipé et idéalement situé, pouvant être rapidement acheté, a facilité les démarches. Je citerai un deuxième élément. Fribourg compte la population la plus jeune de Suisse et le canton a investi énormément ces dernières années dans la formation et la formation continue. Dans un contexte de compétition des talents, cela devient un avantage. Notre position géographique, entre les grandes régions de Berne et de l'Arc lémanique, est également un atout qui permet aux entreprises de bénéficier d'un large bassin de recrutement, francophone ou germanophone.

Depuis longtemps, l'économie fribourgeoise se bat pour se faire une place entre les régions de Berne et de Lausanne. Mais l'implantation de la marque horlogère genevoise n'est-elle pas la preuve que le dynamisme du canton passe davantage par un rapprochement avec l'Arc lémanique? La venue de Rolex va accroître la collaboration et l'enrichissement mutuel entre Fribourg et l'Arc lémanique, c'est certain. Mais votre question est posée d'un point de vue lémanique. En tant que Fribourgeois, j'ai une tout autre perspective. Nous sommes membre de la Région capitale suisse, et nous sommes le trait d'union naturel entre l'Arc léma-



«L'arrivée de Rolex à Bulle a de quoi rassurer l'ensemble de la Suisse»

OLIVIER CURTY, CONSEILLER D'ETAT

nique et la partie germanophone du pays. C'est cette identité, peut-être parfois un peu complexe, qui fait notre richesse. Au cœur de cet ensemble, Fribourg possède sa dynamique propre.

Cette guéguerre intercantonale où chacun essaie de faire venir des entreprises, comme lors de l'installation de Nespresso à Romont, n'est-elle pas dépassée alors que les enjeux se mondialisent? Je répondrai oui et non. La création d'une toute nouvelle usine par Rolex dans le sud fribourgeois dépasse les frontières cantonales. Elle doit rassurer l'ensemble de la Suisse, démontrant la force de la place industrielle du pays, en capacité de conserver de la production sur son territoire. D'un autre côté, cette «guéguerre» comme vous dites – je parlerai plutôt de compétition – nous fait avancer. Chaque canton travaille dur pour améliorer

LE TEMPS

Le Temps
1209 Genève
022 575 80 50
<https://www.letemps.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 35'127
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Seite: 7
Fläche: 54'567 mm²



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Promotion économique PromFR
Wirtschaftsförderung WIF

Auftrag: 1050108
Themen-Nr.: 260.007

Referenz: 87689334
Ausschnitt Seite: 2/2

ses conditions-cadres, se montrer attractif pour les entreprises, et au final cette dynamique renforce l'ensemble de la Suisse romande.

La création de 2000 emplois dans l'horlogerie de luxe permet-elle à Fribourg de changer son image d'une économie essentiellement tournée vers l'alimentation? Notre tissu économique est aujourd'hui protéiforme. Notre histoire nous a légué un secteur agroalimentaire fort, tant dans la production que la transformation. Nous en sommes fiers. Il forme un socle solide sur lequel l'économie fribourgeoise peut s'appuyer pour développer ce domaine de manière innovante. Celui-ci est en pleine transformation, servi par des entreprises de pointe. Avec le renforcement du centre de compétence de la Confédération Agroscope, l'agrandissement de l'institut agricole de Grange-neuve et le campus Agrico de Saint-Aubin, notre force de frappe est importante. Cela s'ajoute à nos activités dans l'économie 4.0, dans l'innovation, voire dans le domaine du luxe. On parle aujourd'hui de Rolex, mais

j'aimerais rappeler ici la longue présence – 50 ans – à Fribourg du groupe Richemont et de sa manufacture Cartier, qui vient de fêter ses vingt ans.

Pourtant, on a l'impression que Fribourg se vend davantage comme terre de traditions que d'innovations. Pourquoi? C'est peut-être dû à une forme de modestie. Il y a aussi des lieux de traditions, comme le château de Gruyère, la Maison Cailler – l'un des sites touristiques les plus visités de Suisse – ou encore le Papiliorama de Chiètres, qui marquent fortement l'image du canton. Mais le succès que représente l'implantation de Rolex dans notre canton est la preuve que tout le travail qui a été effectué ces années en termes de développement économique et d'attractivité paie.

Finalement, Fribourg ne peine-t-il pas à se débarrasser de ces préjugés qui l'entouraient au sortir de la Seconde Guerre mondiale quand, essentiellement agricole, il était l'un des cantons les plus pauvres de Suisse? Je suis persuadé qu'au contraire, nous avons réussi à changer cette image il y a déjà longtemps.

Après la guerre, rapidement le Conseil d'Etat a compris qu'il fallait renforcer le tissu économique. Il a établi en 1952 un plan d'industrialisation. En 1971, Fribourg est le deuxième canton à se doter d'un office de promotion économique, une politique couronnée de succès. On pourrait citer Liebherr en 1978, mais aussi Michelin à Givisiez en 1988, avec un centre de recherche de pointe toujours présent. Sans oublier UCB Farchim en 1996 à Bulle dans un domaine très différent, celui de la biopharmaceutique, ou encore Nespresso, pour ne parler que des grandes implantations. Car il y a aujourd'hui un important réseau de start-up et de PME. Pas moins de 70% de l'activité de la promotion économique se fait en direction des entreprises installées ici. C'est très réjouissant. Et il ne faut jamais nier ce qui fait ses racines. La dernière fois que nous avons reçu les dirigeants de Rolex, nous avons mangé une fondue et sommes aller voir un match de Gottéron. D'ailleurs, ce soir-là, nous avons gagné. ■