

LE VOYAGE CONTINUE : LE NOUVEAU VISAGE DE LA FERROVIA MONTE GENEROSO

Le 26 octobre 2023, dans le cadre époustouflant du sommet du Monte Generoso, la Ferrovia Monte Generoso SA a tenu une conférence de presse pour annoncer une série d'innovations significatives. L'événement a donné un aperçu de ce qui sera la nouvelle identité de l'entreprise et a présenté les nouvelles concernant le week-end de fermeture saisonnière (28 et 29 octobre) et la réouverture de ses services pour la saison d'hiver 2023-2024 après une fermeture de quatre ans.

Le matin, devant la presse, la Ferrovia Monte Generoso SA a présenté les fruits de son rebranding : une nouvelle identité d'entreprise caractérisée par un nouveau logo représentant l'ensemble de l'offre de la destination « Monte Generoso », ainsi qu'un nouveau site internet sur lequel il sera possible, à partir de 2024, de réserver des événements, des campings et des restaurants.

Monica Besomi, directrice adjointe et responsable du marketing et de la communication du site, a déclaré : « *L'identité renouvelée de FMG n'est pas seulement une question d'esthétique, mais fait partie du projet de numérisation de l'entreprise. Le client est placé au centre de notre «feuille de route» (plan stratégique, ndlr) et, après une analyse approfondie du marché, nous avons reconnu l'importance d'innover et de répondre ainsi aux besoins croissants d'une clientèle de plus en plus numérisée. Cette voie nous a également conduits à redessiner notre logo, qui reflète désormais l'ensemble de nos services et nous permet de nous promouvoir en tant que « destination Monte Generoso ».*

Nouvelle identité visuelle

Le changement le plus évident est le renouvellement de l'identité visuelle de l'entreprise. Le logo de Ferrovia Monte Generoso a été entièrement redessiné pour intégrer ses quatre principaux produits : le chemin de fer, le camping, le Buffet Bellavista et la Fiore di pietra.

Alice Giambonini, designer visuel et graphique, ayant suivi de près le processus de création, a expliqué : « *Au cours de l'année écoulée, nous avons travaillé intensivement sur le 'rebranding' de l'entreprise dans le but de modifier sa proposition de valeur et son positionnement sur le marché. Il est donc réducteur de parler uniquement du logo* ». En effet, ce changement s'inscrit dans un cadre plus large : « *L'intégralité de l'identité de l'entreprise* », poursuit M^{me} Giambonini, « *a été repensée et redessinée en fusionnant créativité, stratégie, objectifs et émotions. Tout cela se reflète inévitablement dans la communication visuelle, qui vise à toucher directement l'esprit et le cœur de nos clients* ».

En revenant sur le logo et son choix stylistique, elle explique : « *D'où la décision de créer un logo qui, dans son ensemble mais aussi à travers ses icônes et ses couleurs individuelles, était capable de représenter au mieux le 'Monte Generoso' en tant que destination complète et durable. Le logo est également intégré aux*



gadgets de l'entreprise, aux uniformes du personnel, ainsi qu'aux divers produits », conclut la designer visuel et graphique.

Une communication renouvelée

Outre la métamorphose esthétique, le rebranding de la Ferrovia Monte Generoso SA a permis de définir une nouvelle approche de la communication, qui reprend certains des éléments déjà présents dans l'identité visuelle.

Giulio Rezzonico, responsable des médias et des relations publiques, a fait remarquer : « *La nouvelle façon de communiquer de la Ferrovia Monte Generoso vise à établir un dialogue authentique avec les visiteurs.* »

Le ton de la voix de l'entreprise sera plus chargé d'émotion, accueillant et informel dans tous ses supports de communication (médias sociaux, newsletter, promotions, etc.). « *Notre objectif est de créer un lien plus authentique et personnel.* », a précisé M. Rezzonico. « *C'est pourquoi nous avons choisi de nous éloigner d'un ton de voix institutionnel et d'adopter une approche plus inclusive et informelle.* »

Après les différents changements, ce qui restera inchangé, c'est la durabilité et la responsabilité sociale.

Au cours de la conférence, l'engagement de la Ferrovia Monte Generoso SA en faveur de la durabilité environnementale, qui continue d'être un pilier essentiel au niveau stratégique, a été réaffirmé. En effet, l'entreprise s'est engagée depuis des années à agir de manière responsable sur le plan environnemental, en promouvant des initiatives en faveur de la conservation de l'environnement et du tourisme durable. Cet engagement se poursuivra de la même manière, indépendamment du rebranding.

Chiara Brischetto, cheffe de projet marketing en charge de la durabilité au sein de l'entreprise, a souligné : « *Le développement durable est pour nous une valeur fondamentale qui guide tous les aspects de nos actions, du choix des fournisseurs à la gestion des déchets et à la sensibilisation environnementale de nos visiteurs. Ce principe ne changera pas avec le rebranding, car nous continuerons à fonctionner comme nous l'avons fait jusqu'à présent, en aspirant à des objectifs encore plus ambitieux.* »

Prochains événements : le week-end de fermeture et la réouverture hivernale

Le week-end des 28 et 29 octobre marque une double célébration pour FMG : en plus de clôturer la saison estivale, l'entreprise inaugurer sa nouvelle identité. Ce week-end spécial sera marqué par une série d'événements passionnants.

Le cirque Tonino accueillera les enfants et les familles en proposant des spectacles avec des magiciens et des maquilleurs. Radio Morcote International, quant à elle, animera et recueillera les impressions du public et des partenaires tout au long du week-end. Le groupe musical *Corni dal Generus*, qui se produira l'après-midi à la Fiore di pietra et au buffet Bellavista, perpétuera également la tradition en jouant du cor suisse. Enfin, un photobooth sera également installé pour immortaliser les moments les plus spéciaux avec le nouveau look de l'entreprise.



Le programme complet peut être consulté à l'adresse suivante : www.montegeneroso.ch

Pour conclure, FMG a annoncé la réouverture de ses services pour la saison d'hiver 2023-2024.

En effet, après une période de fermeture de quatre ans, nécessaire à la rénovation de la superstructure ferroviaire, l'entreprise a présenté les détails de la réouverture pour la saison d'hiver 2023-2024.

Du 2 décembre à la fin mars, les trains circuleront trois fois par jour tous les week-ends et jours fériés. Le restaurant self-service de le Fiore di pietra et le buffet Bellavista seront également opérationnels tout au long de la saison hivernale et accueilleront les clients dans la même plage horaire que celle mentionnée ci-dessus. Le « grotto » emblématique de la station intermédiaire du même nom sera également ouverte pour le déjeuner de Noël et le dîner du Nouvel An, dans une ambiance confortable et intime. Il sera également possible de le réserver pour des dîners et des événements d'entreprise pendant la semaine.

Résumé:

Le rebranding et la réouverture hivernale des services marquent une nouvelle ère pour la Ferrovie Monte Generoso SA. Elle souhaitait se moderniser afin de mieux répondre aux besoins de ses clients, en adoptant une approche plus numérique et plus moderne, tout en conservant le lien étroit avec la tradition et le territoire qui a toujours distingué l'entreprise.

« *Le Monte Generoso est et restera une destination où l'histoire, la magie et la beauté naturelle convergent pour créer une expérience inoubliable pour nos visiteurs.* » Voilà le message fort qui a clôturé la conférence de presse.

Nous vous présentons nos **nouvelles images**, qui incarnent l'essence de notre nouvelle identité d'entreprise.

Vous pouvez les télécharger à l'URL suivante :

<https://www.swisstransfer.com/d/3f68f5d1-a661-4b6e-b1b9-e77e93a8c639> (lien valable jusqu'au 18.11.2023)

Pour la Ferrovie Monte Generoso, veuillez contacter:

Giulio Rezzonico

Responsable des médias et des relations publiques

Tél. +41 (0) 91 640 23 42 – Port. +41(0) 79 307 00 94

E-mail: media@montegeneroso.ch

La Ferrovie Monte Generoso est l'un des plus anciens chemins de fer à crémaillère de Suisse et appartient à Migros depuis 1941. Sa préservation est uniquement due à l'engagement personnel du fondateur de Migros, Gottlieb Duttweiler. Aujourd'hui, le Pour-cent culturel Migros soutient le chemin de fer à crémaillère et la Fiore di pietra au sommet du Monte Generoso, conçue par l'architecte Mario Botta. www.montegeneroso.ch

Le Pour-cent culturel Migros est un engagement de Migros, ancré dans ses statuts, qui se consacre à des activités de promotion de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie. www.percento-culturale-migros.ch