

# Défis

N° 3 - MAI 2016

**Notre grand dossier :**  
le tourisme dans le Jura

fOrum culture, le soutien  
aux artistes régionaux

Laboratoire Mont Terri, étude  
sur l'avenir des déchets nucléaires

Le Jurassien qui étudie  
les marchés chinois en Russie



EBL TELECOM  
LA PROXIMITÉ,  
C'EST S'IMPLIQUER  
LOCALEMENT.

[www.ebl.ch](http://www.ebl.ch)



Télévision



Internet



Téléphonie



## Éditorial

Par Didier Walzer, rédacteur responsable



### Le tourisme jurassien a tout pour devenir un moteur

Le Jura a toujours été à la page. Même s'il ne l'a pas su immédiatement. Désormais, c'est une évidence, puisqu'on y accourt de Suisse, mais aussi d'outre-frontière pour son tourisme.

Zone verte, préservée, notre région s'est distinguée d'emblée par ces aspects. Seulement, en d'autres temps, ils n'étaient pas considérés

comme des avantages, plutôt comme un retard de développement. Mais ça, c'était avant que les vacances à la campagne, loin du stress urbain, ne deviennent tendance. Du coup, notre coin de pays a commencé d'être vu, de l'extérieur, avec les yeux de Chimène. Nos pâturages infinis, le Doubs et ses environs, nos sentiers balisés pour la marche et le vélo tout-terrain, nos pistes cyclables, sont dorénavant fort appréciés. Le Genevois ou le Zurichois qui arrive ici est dépaysé.

Si le Jura a su capitaliser sur sa qualité de havre de paix, où la vie donne l'impression de s'écouler plus paisiblement qu'ailleurs, il s'est parallèlement émancipé en misant sur la culture et son patrimoine: Saint-Ursanne, que l'on apprécie en compagnie d'un guide, le circuit secret sur les traces des endroits méconnus de Porrentruy, ou encore les produits du terroir, Tête de Moine et damassine en tête.

Le tourisme événementiel et d'incentive (motivation) pour les entreprises est la prochaine étape sur l'échiquier de l'essor.

Pour autant, a-t-on gagné la partie? En termes de produits correspondant à l'aspiration des plaisanciers, certes. En revanche, il reste beaucoup à faire au niveau de la collaboration entre prestataires de services et institutions cantonales et suprarégionales spécialisées. Travailler main dans la main, informer de manière commune, sont la garantie qu'un nombre croissant de visiteurs puisse situer le Jura sur une carte du tourisme.

## Impressum

**Éditeur:** projURA, promotion de l'identité jurassienne, rue Saint-Maurice 26, case postale 621, 2800 Delémont.  
Tél.: +41 32 421 36 04  
Fax: +41 32 421 36 06  
e-mail: office@projura.ch  
www.projura.ch

**Rédaction:** Didier Walzer (rédacteur responsable).

**Ont collaboré à ce numéro:** Sophie Dürrenmatt, Marjorie Spart, Aleksandra Planinic, Françoise Houlmann-Schaffter, Pierre Boillat.

## Sommaire

<b>Dossier: le tourisme jurassien</b>	3
<b>Le tourisme jurassien entre potentiel certain et défis majeurs</b>	4
<b>L'aventure d'un passionné au service du tourisme</b>	8
<b>Le rêve devenu réalité: dormir chez les trois petits cochons à Saignelégier</b>	11
<b>Les cabanes dans les arbres de Saignelégier</b>	12
<b>Interview de Guillaume Davot, directeur de Jura bernois Tourisme</b>	14
<b>Le clin d'œil de Bovée</b>	17
<b>«Plaidoyer pour un Jura touristique sans Frontière»</b>	18
<b>S'unir pour le bien de la culture régionale</b>	20
<b>FARB: la culture, sous toutes ses formes ou presque...</b>	24
<b>Déchets nucléaires, une valse de 100 000 ans</b>	27
<b>Félix Baumann, le Jurassien qui étudie les marchés chinois en Russie</b>	30

**Conception, mise en page, impression:** Pressor SA, centre d'impression et d'arts graphiques, Delémont.

**Tirage:** 3000 exemplaires.

**ISSN:** 1660-9050

**Crédits photos:** Agence photo BIST, Delémont.

**Dessin:** Jean-Paul Bovée.

**Prix du numéro:** CHF 12.– (frais d'envoi CHF 5.– en sus).

# JURATEC<sup>sa</sup>

Consultance et innovation technique

## LES FAUSSES IDÉES sur la certification ISO 9001

La certification engendre énormément de paperasse **FAUX**

Avec la version actuelle de la norme, la simplification est telle que le manuel qualité peut tenir en quelques pages.

La certification est un carcan **FAUX**

Nous adaptons le système qualité à votre entreprise, pas l'inverse.

La démarche prend beaucoup de temps et d'énergie **FAUX**

Vous avez déjà une organisation en place, nous détectons les potentiels d'amélioration.

Les consultants créent des systèmes standards non adaptés à notre entreprise **FAUX**

Une solution personnalisée correspondant à votre vision est mise en place, en accord avec la norme.

La certification coûte très cher **FAUX**

Vous bénéficiez d'un retour sur investissement suite aux améliorations mises en place.

*Demandez une offre sans engagement !*

**Juratec SA**  
Rue St-Maurice 26  
CH-2800 DELÉMONT/JU  
Tél 032 421 36 00  
Email: office@juratec.ch

**Juratec SA**  
Rouges-Terres 61  
CH-2068 HAUTERIVE/NE  
Tél 032 721 25 27  
Email: office@juratec.ch

[www.juratec.ch](http://www.juratec.ch)

# La BCJ met le paquet!



Pack bancaire 100% gratuit  
avec carte Maestro offerte,  
compte revenu, compte épargne  
et contrat e-banking.

ePACK est un paquet bancaire gratuit et écologique  
destiné aux utilisateurs de l'e-banking et des bancomats  
des banques cantonales. Plus d'infos sur [www.bcj.ch](http://www.bcj.ch)



## Les CJ, bien plus qu'une compagnie de transports publics...



Tourisme  
et loisirs



Les transports  
scolaires



Le transport  
du lait



Le transport  
des déchets



Le transport  
du bois

Chemins de fer du Jura  
[les-cj.ch](http://les-cj.ch)



Chemins de fer du Jura





## Dossier

Le tourisme jurassien



*L'étang de la Gruère, carte de visite par excellence du Jura.*

## Le tourisme jurassien entre potentiel certain et défis majeurs

Carte de visite de la région, acteur économique clé, le tourisme ne jouit pourtant pas toujours d'une cote de popularité à la hauteur de son apport au canton du Jura. Le point sur un secteur où beaucoup reste à faire.

Par Didier Walzer



ROGER MEIER / BIST



STÉPHANE GERBER / BIST

Activités estivales au Doubs.

## Cent millions de francs de valeur ajoutée

Le Jura génère, selon certaines évaluations, 1,7 million de touristes par an – les personnes qui y dorment et celles de passage. Les sites les plus visités sont l'étang de la Gruère et Saint-Ursanne (140 000 visiteurs chaque année pour le premier et 120 000 pour la cité médiévale).

Jura Tourisme recense en moyenne 951 nuitées payantes quotidiennes et son objectif est de parvenir à 1000. Selon les estimations, le tourisme jurassien pèserait quelque 100 millions de francs de valeur ajoutée chaque année, soit le double de l'agriculture, et représenterait 2,5% du PIB cantonal.



**Guillaume Lachat,**  
directeur  
de Jura Tourisme

Depuis quelques années, le tourisme jurassien évolue dans une dynamique positive, selon Guillaume Lachat, directeur de Jura Tourisme. «Une région comme la nôtre exerce un fort pouvoir d'attraction sur les Suisses très urbanisés et à la recherche de destinations exotiques.»

Une forme de recentrage se produit également: le voyage hors frontières s'est tellement démocratisé de nos jours, à la faveur de l'avènement

d'easyJet, compagnie aérienne grâce à laquelle les gens ont notamment découvert les villes d'Europe, qu'ils cherchent désormais d'autres types d'expériences, du repos, plus près de chez eux. Ajoutons-y la notion sécuritaire, qui incite les individus à limiter leurs déplacements.

L'essor du tourisme cantonal est confirmé par les statistiques d'hébergement avec 347 033 nuitées enregistrées dans le Jura en 2015, soit un nouveau record – le précédent datait de 2013 avec 342 721 nuitées.

Un chiffre qu'il convient toutefois de relativiser, admet Guillaume Lachat. «Il demeure fragile, car prix et météo sont les premiers facteurs de décision des clients et on ne les maîtrise pas. Le

coût est d'autant plus déterminant que l'essentiel de la clientèle des nuitées hôtelières – 80% environ – est suisse. Et la majorité des activités proposées ici sont extérieures. Quant aux tarifs des prestations, notre influence est nulle. Il suffit, pour l'illustrer, de se rendre compte de leur renchérissement subi en raison de l'abandon du taux plancher du franc suisse vis-à-vis de l'euro en janvier 2015.»

### L'importance de la diversité de l'offre

Point positif heureusement, le Jura reste un canton bon marché en comparaison nationale, «mais pas en comparaison européenne, tempère le directeur de Jura Tourisme.

L'on a ainsi ressenti, ces derniers mois, une contraction des clients en provenance de France et d'Allemagne, cependant compensée par la clientèle helvétique.»

Depuis quelques années, l'intérêt de l'Arc lémanique pour le Jura est toujours plus marqué. Les aspects qui, par le passé, pouvaient être considérés réhivitoires, comme l'éloignement géographique et le côté exotique, sont aujourd'hui devenus des avantages. «Ce mouvement inédit est encourageant, se réjouit Guillaume Lachat. Mais nous devons être conscients de nos limites: le nombre de visiteurs ne va pas exploser d'une année à l'autre, car la capacité des marchés émetteurs traditionnels est limitée, et nous n'allons pas les remplacer, du jour au lendemain, par des visiteurs de provenance internationale.»

L'une des solutions, pour demeurer attractif, passe par une meilleure diversification de l'offre pour les visiteurs helvétiques. Concrètement, offrir davantage d'expériences différentes à des publics cibles dans les domaines culturel, de l'événementiel et des affaires. Exemple: attirer des cavaliers résidant en ville pour leur faire effectuer un trekking dans nos

paysages uniques. «Une publicité a été focalisée sur cette clientèle aisée, souligne le directeur de Jura Tourisme. Maintenant, il convient de s'attaquer à d'autres catégories. C'est pourquoi nous avons créé un service groupes en 2015, chargé de se concentrer sur les hommes d'affaires, d'autant que nous disposons d'un savoir-faire dans les voyages d'agrément destinés aux PME suisses dans un premier temps -, soit les incentives dans le jargon professionnel.»

Concernant l'offre culturelle, les projets d'importance émergent gentiment avec Jurassica, à Porrentruy, et le centre de la bande dessinée, à Delémont. Il serait encore nécessaire de développer le tourisme de bien-être/détente grâce à des offres exclusives et proches de la nature avec des produits issus de celle-ci, telle l'huile de sapin. «Beaucoup de gens ont besoin de souffler; ça tombe bien, nous offrons un environnement propice au ressourcement. Nous devons mieux nous positionner à ce niveau-là, insiste Guillaume Lachat. Nous pourrions réinventer le principe de randonnée chez nous afin de ne pas être en concurrence avec d'autres cantons jouant sur le même tableau.»

C'est d'ailleurs l'une des missions de Jura Tourisme que d'évaluer en permanence le potentiel de croissance d'une activité et d'y apporter, si possible, de la valeur ajoutée.

Dans la demande, l'orientation est à la concentration sur certains pôles. Or, le Jura dispose d'une multitude d'activités - c'est une force -, mais lorsqu'il s'agit d'aimer les clients, il n'est guère aisé de mettre l'accent sur un point particulier. Il n'existe pas, à proprement parler, de phare touristique. Et pourtant, c'est une nécessité. Les idées pour les projets touristiques ne manquent pas, selon Guillaume Lachat, «cependant, on a de la peine à les concrétiser, faute de financement d'une part et de coordination entre les nombreux acteurs impliqués d'autre part. Raison pour laquelle je préconise que l'on se concentre sur quelques idées fortes.»

### **Avantage économique du tourisme: il ne peut être délocalisé**

Le directeur de Jura Tourisme se réjouit de constater que la population est consciente de la bonne image véhiculée à l'intérieur et à l'extérieur du canton par l'investissement dans un projet touristique. «Ça valorise la région et ses habitants, dont ceux directement impliqués dans le projet. Ne perdons pas de vue que le tourisme est une branche économique comme une autre. Cela commence fort heureusement à entrer dans les mœurs. Le tourisme permet en outre la diversification de l'économie jurassienne - un des chevaux de bataille du canton - et son grand avantage c'est qu'il ne peut être délocalisé. D'où l'intérêt d'investir dans cette activité.»

Pour l'heure, les moyens alloués à ce secteur restent marginaux. Le soutien étatique pour le développement de l'offre, les bureaux d'accueil, la promo-

## **Lancement d'une bourse aux talents**

Les instances dirigeantes du tourisme jurassien s'étant rendu compte que beaucoup de bonnes idées restent dans les tiroirs, elles ont décidé de lancer une bourse aux talents, baptisée TalentsLAB. «Ce pôle de compétences fortes est destiné à sensibiliser le grand public au rôle économique majeur joué par le

tourisme, afin d'inciter les talents potentiels du canton à réfléchir à des idées et à entreprendre dans ce domaine. Les meilleurs projets sont sélectionnés puis intégralement accompagnés sous forme de coaching. Le soutien sera davantage logistique que financier», précise Guillaume Lachat, directeur de Jura Tourisme.



*La perle du Doubs, la cité médiévale de Saint-Ursanne.*

tion pour l'entité Jura & Trois-Lacs à laquelle le canton du Jura appartient, l'aide aux associations de mobilité douce pour l'entretien des itinéraires pédestres, équestres, de VTT, des pistes de ski de fond, etc. se monte à un million de francs par an. Une somme qui, soit dit en passant, doit également servir au développement de projets...

### L'avenir

Le futur touristique du canton du Jura passe par de plus grandes capacités d'hébergement et moins d'établissements. Ils offriront donc davantage de capacité qu'aujourd'hui.

À ce propos, Jura Tourisme entretient des contacts réguliers avec des investisseurs intéressés à lancer des infrastructures dans notre région, mais il n'y

a pas de place pour le tourisme dans le cadre de l'Aménagement du territoire, regrette Guillaume Lachat. «En résulte un nombre limité de terrains où ériger un hôtel, par exemple.»

Au rang des projets porteurs, impliquant relationnel et tourisme d'affaires, Lachat cite le campus Strate J – opérationnel à l'automne – et les grands projets horlogers à venir.

Autre aspect positif, la météo ne joue ici aucun rôle: les personnes ayant prévu de venir ne renonceront pas à leur déplacement. Last but not least, il s'agit souvent d'une clientèle de semaine, complémentaire à celle du week-end.»

Jura Tourisme cherche enfin à faire en sorte que les visiteurs dépensent davantage. Le plus difficile est de les

faire venir une première fois. «Une fois qu'ils sont sur place, nous devons en profiter pour leur transmettre un maximum d'informations sur nos activités afin de les inciter à rester ou à revenir.»

Dans ce sens, le rapprochement du centre Nature Les Cerlatez et de l'étang de la Gruère est à l'étude avec scénographie payante de la tourbière. «Nous allons tout mettre en œuvre pour que le visiteur n'emporte pas son sandwich avec lui et consomme au contraire dans notre région», insiste le patron du tourisme jurassien.

Les idées ne manquent pas, on l'a vu, reste désormais à fixer des priorités.



*Fred Lovis, artisan de la Maison du Tourisme, à Saint-Ursanne, un centre multi-activités qui s'est fortement développé.*

## L'aventure d'un passionné au service du tourisme

Son visage calme et souriant vous donne toute la confiance nécessaire pour faire un saut en parapente, naviguer en canoë sur le Doubs, faire du tir à l'arc, du golf ou du VTT. Fred Lovis est l'homme de l'aventure, de la nature. L'aventure plaisir, l'aventure maîtrisée.

**Par Pierre Boillat**



En arrivant à Saint-Ursanne, après être passé sous le viaduc des chemins de fer, on ne peut manquer le bâtiment accolé au giratoire. Un bâtiment allongé avec une importante coupole. C'est la Maison du Tourisme, un centre de loisirs, à ne pas confondre avec l'Office du tourisme. C'est le port d'attache du responsable du principal lieu jurassien d'activités de loisirs ludiques et sportives.

### Le facteur reconverti

Fred Lovis suit l'école à Develier avant de faire un apprentissage à la poste, comme facteur puis assistant d'exploitation, entre Bienne et Neuchâtel, mais

il a déjà le virus du voyage et de l'aventure. Quatre mois en Amérique du Sud, six mois en Inde et puis Vietnam, Cambodge ou encore Laos font partie de ses destinations.

Et il veut voler. L'aile delta se pratique dans le Jura. Mais c'est le parapente qui l'attire toutefois. À l'époque, au début des années 1990, la montagne jurassienne ne permettait pas d'en faire et il fallait se déplacer jusqu'à Chasseral ou Verbier. L'évolution du matériel changera rapidement la pratique de ce sport.

Passé un stage linguistique de 18 mois à Davos pour terminer sa phase d'apprentissage, le jeune homme travaille l'été à l'école de parapente de Chasseral, à Nods, où la rencontre avec Hans Bollinger, champion du monde de parapente, lui donnera définitivement le virus.

Pendant trois ans, il vole, vole et enseigne ce sport à beaucoup de Jurassiens sur le plateau de Diesse avant d'ouvrir la première école professionnelle du Jura, à Boécourt. Douze ans durant, il vit de sa passion de libériste et puis...

### Centre d'activité touristique

Les contacts qu'il a avec Vincent Gigandet, qui gère un établissement à Tariche, ouvre de nouvelles perspectives. Les deux hommes rachètent la vieille maison des bûcherons de Saint-Ursanne pour la remplacer par la Maison du Tourisme que Fred Lovis dirige désormais seul.

Elle repose sur trois piliers: un centre du tourisme, une salle de séminaires et un restaurant. Si l'activité a bien démarré en 2010, elle a été un peu contrecarrée par un incen-

die. Mais c'est de l'histoire ancienne. Aujourd'hui, deux à sept personnes y travaillent selon la saison, car les activités sont largement tributaires de la météo.

### Nouveau: le footgolf

Les activités sont nombreuses. Le parapente, bien sûr, mais aussi le canoë, le VTT, un parcours de tir à l'arc, de swin golf, un golf compact, le roller, les excursions en char attelé ou encore la pêche, pour ne citer que l'essentiel.

À noter une nouvelle activité cette année: le footgolf. Autrement dit, du golf avec un ballon de football sur un parcours de 9 trous. Ce sport se pratique à La Caquerelle, comme le swin-golf ou encore le tir à l'arc.

### Collaboration nécessaire

Les possibilités de divertissement sont très importantes dans le Jura. On peut encore visiter les grottes de Réclère ou Aventure Jura Parc à Rebeuvelier, faire de la trottinette notamment avec les Chemins de fer du Jura, voir l'Arche de Noé du taxidermiste Christian Schneider, à Vicques, ou la fabrication de la Tête de Moine, à Bellelay, et monter sur la tour de Moron. Sans oublier la Croisée des Loisirs à Delémont ou encore le Centre de loisirs des Franches-Montagnes, à Saignelégier. Et la liste est loin d'être exhaustive.

Jura & Trois-Lacs assure la promotion globale des activités, notamment pour le canton du Jura et le Jura bernois.

Fred Lovis souhaite renforcer les collaborations qui sont pour lui indispensables et profiteraient à tout le monde. Pour y travailler, on peut compter sur lui.

audit  
transjurane

**atj**  
fiduciaire  
transjurane

**ftj**

**Bernard Seeger**  
Expert fiduciaire diplômé

**Aude Saunier Bregnard**  
Experte-comptable diplômée

**Tél.: 032 423 05 50**

**Claude Mertenat**  
Agent fiduciaire avec brevet fédéral

**Axel Amsler**  
Expert-comptable diplômé

**Tél.: 032 421 42 80**

Rue de la Jeunesse 2, 2800 Delémont

**WILLEMIN**  
groupe

Garage-Carrosserie - Delémont  
A votre service depuis 1949



**Willemmin car rent**  
**location de voitures**

Route de Porrentruy 88 - 2800 Delémont  
Tél. 032 421 34 77 - [www.willemmin.ch](http://www.willemmin.ch)

**Location de véhicules**  
**dès CHF 45.-/jour**



**Voiture**



**Monospace**  
7 à 9 places



**Utilitaire**  
5-11,5 m<sup>3</sup>



**Camping-car**  
5 ou 7 places,  
crochet de remorquage

CENTRE OCCASION  
Delémont  
[www.occasions-delemont.ch](http://www.occasions-delemont.ch)



**benimar**





À l'avant-plan, les maisons des trois petits cochons.

## Le rêve devenu réalité : dormir chez les trois petits cochons à Saignelégier

Par Pierre Boillat

Ils construisirent trois petites maisons, en paille, en bois et en pierre. Mais les trois petits cochons avaient un ennemi, le loup, qui détruisit les deux premières, avant de se faire ébouillanter dans la troisième et de prendre la fuite. Cette histoire de son enfance, Toinette Wisard l'a réalisée. Avec son compagnon, Denis Stéhly, elle a construit, sur les hauteurs de Saignelégier, un gîte (« Gîte Chez Toinette ») et trois petites maisons qui accueillent les touristes depuis une année, avec succès.

Enfant de Grandval, elle a toujours travaillé dans le tourisme. Une école en Valais, les bains de Saillon et, pendant un bail, à Jura Tourisme. Mais c'est voler de ses propres ailes qui la hantait. Et maintenant, c'est chose faite. Une grande maison, avec quatre chambres et une grande salle pour le petit-déjeuner, des séminaires et des repas, ainsi que les trois maisons des petits cochons, avec lit, canapé-lit, cuisinette, salle de bain et terrasse. Maisons en bois, en paille et en pierre, comme dans le conte. Mais le tout dans une vision moderne. Le gîte est classé Minergie, avec des panneaux photovoltaïques, le chauffage se fait par une pompe à chaleur ou des poêles à bois dans les petites maisons, les locaux sont largement accessibles aux personnes à mobilité réduite. L'endroit est proche de la forêt, mais aussi des transports publics, des magasins et des restaurants.

### Taux d'occupation de 50% jusqu'à présent

Si Toinette s'occupe de l'intendance, Denis, avec sa société « JuraGroupes », organise des apéritifs, animations, excursions pour des groupes de toute grandeur sur différents sites jurassiens.

L'investissement a été important, mais le démarrage réjouissant. Le taux d'occupation est de 50% (plus de 1600 nuitées depuis juillet 2015), alors que le plan financier tablait sur 40% après quatre ans. Il faut dire que l'année écoulée a été très belle. L'aventure ne fait que commencer. Les commentaires des utilisateurs montrent que les deux compères ont visé juste et ont le sens de l'accueil dans la peau.

[www.cheztoinette.ch](http://www.cheztoinette.ch)  
[www.juragroupes.ch](http://www.juragroupes.ch)



*Une cabane en bois occupée les deux tiers de la saison.*



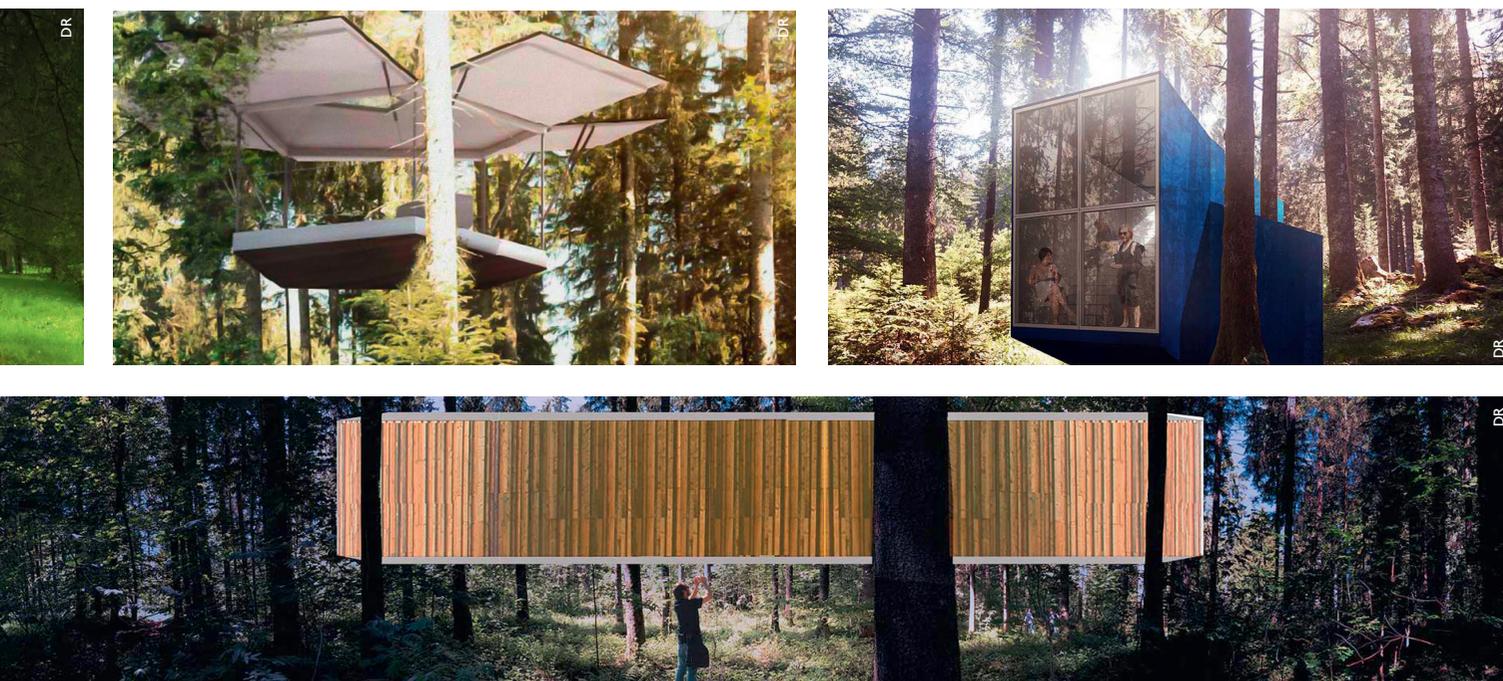
*L'intérieur de cette même cabane (à gauche).*

## Les cabanes dans les arbres de Saignelégier

Par Pierre Boillat

Le camping de Saignelégier, disséminé entre forêt de sapins et autres arbres, est géré depuis une douzaine d'années par un couple avide de nature et de contacts humains. Lui, Jonas Kilcher, a quitté son métier de réalisateur publicitaire, elle, Virginie, sa femme, sa profession de laborantine en biologie pour reprendre ce lieu très particulier. Parce que particulier, ce camping l'est: pas d'électricité, si ce n'est celle produite par des panneaux solaires

pour l'administration ou installée par les campeurs eux-mêmes. Pas d'eau courante, si ce n'est celle des sanitaires, le gaz permettant d'avoir de l'eau chaude. Pas de télé ou de radio hurlante, donc. Enfin, s'il y a une zone pour les saisonniers et une autre pour les touristes de passage, le campeur s'installe où il veut! Autre particularité singulière pour un camping: possibilité est offerte au campeur de profiter d'un bon feu de camp!



Quelques projets des différentes cabanes prévues à partir de 2017 (images Camping Saignelégier).

### Un premier développement

Il y a dix ans, le camping comptabilisait un peu plus de 4000 nuitées dans la saison, qui court de mai à octobre. Dix ans plus tard, on en est à plus de 9000. Grâce à un aménagement général, mais aussi à la mise à disposition d'installations originales: une yourte, deux petits tipis et un grand tipi pour groupes. Autre originalité: une cabane respectueusement construite dans un arbre, qui obtient un grand succès. Cabane spartiate par rapport à celles qu'on connaît dans d'autres régions puisque, comme le reste du camping, elle n'a ni eau, ni électricité. Elle peut accueillir tout de même six personnes et est occupée les deux tiers de la saison.

### Sept nouvelles cabanes...

La nécessité de développer le camping est devenue une évidence même si ce ne sont pas moins de mille personnes

qui campent le week-end du Marché-Concours. Le hasard a bien fait les choses: en 2014, le bureau d'architecture dB (le Jurassien Sylvain Dubail et le Vaudois David Begert) sont nommés avec 19 autres bureaux d'architecture du monde entier par le magazine de design «Wallpaper» au titre de stars montantes.

Ces bureaux ont alors émis l'idée d'aller au-delà d'une remise de prix et de réaliser un projet commun. Sylvain Dubail a conservé cette idée et en a fait part à Jura Tourisme. Au fur et à mesure des discussions avec le camping, la commune, les architectes et Jura Tourisme, l'idée a mûri pour aboutir à la volonté de construire 7 cabanes. Ces différents partenaires ont fait une proposition simple aux architectes internationaux: nous vous offrons des vacances dans le Jura, vous nous offrez des projets de cabanes.

C'est ainsi que neuf bureaux internationaux sont venus à Saignelégier en juin de l'an dernier et ont dessiné les contours de sept nouvelles cabanes.

### ...à financer!

Le projet est notamment soutenu par le canton du Jura, Jura Tourisme et la commune de Saignelégier (à raison d'un tiers), mais il restera à trouver auprès de diverses fondations et institutions le solde, le coût global pouvant être estimé à 650 000 francs. Les nuitées devraient ainsi augmenter de l'ordre de 15%... dans les arbres de Saignelégier, en principe l'année prochaine!

[www.campingsaignelegier.ch](http://www.campingsaignelegier.ch)



*Chasseral.*

## « D'un point de vue touristique, les frontières n'existent pas »

Le développement du tourisme, dans le Jura bernois, passe par la création d'infrastructures hôtelières, la valorisation du patrimoine industriel et une collaboration accrue avec les acteurs culturels et prestataires régionaux. Le point avec Guillaume Davot, directeur de Jura bernois Tourisme.

Propos recueillis par Didier Walzer



STÉPHANE GERBER/BIST



ROGER MEIER/BIST

La tour de Moron.



**Guillaume Davot,**  
directeur  
de Jura bernois Tourisme

– **Le tourisme se porte-t-il bien dans le Jura bernois ?**

Oui, d'autant que de grandes infrastructures pointent le bout de leur nez, notamment dans le vallon de Saint-Imier avec le musée Camille Bloch, qui ouvrira en septembre 2017. Les responsables tablent sur plus de 100 000 visiteurs annuels. La zone de chalandise s'étendra à un rayon d'une centaine de kilomètres autour de ce lieu. La surface de production de

l'entreprise va par ailleurs doubler. Coût: 35 millions de francs. La partie administrative accueillera, outre le musée, un magasin, des salles de séminaires, etc.

D'autres sites phares, La Neuveville, Chasseral, Mont-Soleil, Mont-Crosin, Bellelay, la Tour de Moron, sont très fréquentés. C'est réjouissant. Il faut y voir le résultat du marketing commun que nous développons en compagnie de Jura & Trois-Lacs.

Seule ombre au tableau, les sites sont fréquentés en deçà de leur réel potentiel, la faute à un manque d'infrastructures d'hébergement. C'est net dans le vallon de Saint-Imier. Car notre objectif est d'inciter les visiteurs à rester davantage qu'une journée dans la région.

La plus-value économique réside en effet dans la restauration du soir et les nuitées. Mais je reste confiant dans les bonnes perspectives de développement à moyen et long termes.

**Foule de nouveautés**

– **Les principaux points forts touristiques et nouveautés de 2016 et au-delà, outre le musée Camille Bloch ?**

Citons, cette année, le repowering de quatre anciennes éoliennes de Mont-Soleil. C'est-à-dire que les quatre plus anciennes vont être démontées et remplacées par de nouvelles de dernières générations. Notons, également, l'ouverture d'une brasserie artisanale, à Corgémont.

À l'été 2017, le Musée du Tour automatique et d'Histoire de Moutier va se déplacer dans les halles du SIAMS – le salon des moyens de production microtechniques.

Durant la même période, un nouveau pavillon dévolu aux visiteurs va ouvrir pour les centrales solaire et éolienne à Mont-Soleil. Cela fait suite au développement public de Camille Bloch.

Très originale, l'ouverture d'une petite piscine et d'un spa à Crémines dans un établissement destiné aux personnes âgées. Sur le plateau d'Orange, au-dessus de Tavannes, le paddock va être agrandi dans le but d'y organiser des concours hippiques internationaux.

Enfin, courant 2018, le Musée de Saint-Imier s'enrichira d'une extension sur les troupes militaires jurassiennes.

#### – Les principaux défis touristiques?

Travailler davantage sur le développement de produits, d'offres touristiques avec les prestataires comme partenaires. C'est la base pour faire venir les gens. En termes de communication, nous devons absolument être plus commerciaux. Un gros point faible dans l'Arc jurassien. À une heure de Moutier, les possibilités d'activités sont nombreuses. C'est pourquoi il faut travailler main dans la main, d'une part avec le canton du Jura, d'autre part avec Bienne, le Seeland et Soleure ou d'autres entités comme la Chambre d'économie publique du Jura bernois. Seuls, nous sommes quasiment inexistantes. D'un point de vue touristique, les frontières n'existent pas. Il faut penser global lorsque l'on s'adresse vers l'extérieur.

Autre point important, accueillons les visiteurs là où ils arrivent et, dans la mesure du possible, sur des lieux hautement fréquentés. Nous serons ainsi les samedis en juin et les dimanches

cet été, de juillet à septembre, au débarcadère de La Neuveville afin d'orienter les touristes vers diverses activités, les renseigner, les faire participer à un concours, etc.

#### – Le tourisme, pourvoyeur d'emplois?

Spontanément, je dirais que les structures d'hébergement sont nécessaires pour créer des emplois. Toutefois, dans l'accompagnement des groupes pour les visites guidées, ce qui représente une valeur ajoutée certaine, il y a du potentiel. Exemple: *Le salaire de la Suze*, une visite-spectacle à Courtelary – qui prendra un relief particulier à l'ouverture du Centre de visiteurs Camille Bloch –, où l'on paye comédiens et guides locaux pour l'animation.

Concernant les prestataires touristiques purs, comme le Musée du Tour automatique et d'Histoire de Moutier ou le Musée Camille Bloch, la plus-value supplémentaire qu'ils généreront vont créer de nouveaux emplois.

#### – Les principaux maux dont souffre le tourisme dans le Jura bernois?

Outre le problème des infrastructures d'hébergement évoqué, une rénovation des établissements hôteliers s'impose afin qu'ils soient aux normes actuelles. En outre, il est difficile de trouver des repreneurs pour les tenanciers qui partent à la retraite. En effet, les conditions bancaires rigides font qu'un

jeune est découragé de se lancer dans une telle aventure. Quant à la nouvelle Loi sur l'aménagement du territoire, elle rend très difficile l'implantation de nouvelles infrastructures d'hébergement ou d'activités touristiques.

La Suisse, en tant que destination touristique, va au-devant d'années difficiles, car l'on n'a pas pris la mesure de l'ampleur du problème du développement des infrastructures d'accueil et de loisirs.

Enfin, la prise de conscience par les habitants des possibilités touristiques de leur région n'est pas assez présente.

### Valoriser le patrimoine industriel régional

#### – Les remèdes?

Être plus proches de nos prestataires touristiques dans le but de développer des produits en leur compagnie dans leur propre intérêt. Poursuivre les efforts de collaboration avec des alliés qui n'auraient, a priori, pas de lien avec le tourisme. Ainsi, je crois fermement au patrimoine industriel de notre coin de pays. Des gens du monde entier y viennent pour cette raison. Et l'on n'en est pas suffisamment conscient. Idem pour la thématique de l'horlogerie, sur laquelle nous devons davantage travailler, car elle va nous amener une nouvelle clientèle. C'est bien ce qui nous différencie en Suisse, en Europe et

### Les sites les plus visités du Jura bernois

Chasseral: plusieurs centaines de milliers de personnes par an  
 La Neuveville: plus de 50 000 personnes par an  
 Mont-Soleil / Mont-Crosin: plus de 50 000 personnes par an  
 Bellelay: entre 30 000 et 50 000 personnes par an

## Le clin d'œil de Bovée



dans le monde. L'on pourrait créer un plus grand nombre de circuits thématiques autour de la montre, sur le montage et le démontage de celle-ci, par exemple. Il y a des idées à creuser.

### – D'où provient la clientèle touristique qui fréquente la région?

Pour Jura & Trois-Lacs dans son ensemble, 60 % d'entre elle est indigène, suisse, allemande et française. Ensuite, l'on trouve diverses autres nationalités. Dans ces 60 %, 60 autres pour cent arrivent du nord-est de notre pays, soit Zurich, Winterthur, Saint-Gall et Zoug.

Depuis l'ouverture de l'autoroute Yverdon-Neuchâtel, je constate un retour des Vaudois. Les Bâlois viennent aussi un peu dans le Jura bernois. Le bât blesse au niveau des Bernois,

qui pourraient être plus nombreux – c'est aussi à cause de nous et de notre manque d'investissement promotionnel à Berne, alors que les Bernois qui y viennent apprécient chez nous une nature sauvage à des prix extrêmement attractifs.

Enfin, les Asiatiques individuels ou en groupes effectuent parfois un saut de puce, surtout en rapport avec l'horlogerie. Mais il est difficile de les dévier du circuit tout tracé Bâle-Interlaken.

### – Ce qui vous tient à cœur, enfin, c'est le rapprochement entre tourisme et culture.

Oui, l'offre culturelle est en effet énorme en Suisse. C'est l'une de ses richesses avec la qualité de vie. Or, on ne valorise pas beaucoup la première d'un point de vue touristique.

C'est dommage, d'autant que le financement est aisé à trouver.

Ainsi, le Musée jurassien d'art et d'histoire, à Delémont, a dépoussiéré les collections, joué la carte de l'inattendu pour attirer un cercle d'intéressés plus large que celui adepte de culture. Et ça marche. Cela tient beaucoup aux responsables des institutions.

Il convient de capitaliser sur les produits phares du terroir, comme la Tête de Moine, la damassine, l'absinthe. Bref, ce qui nous ancre localement.

Ces produits-là doivent davantage être intégrés dans notre communication, car les touristes les associent à notre territoire. Si on leur dit Tête de Moine, actuellement, ils sont incapables de dire d'où elle vient.

[www.jurabernois.ch](http://www.jurabernois.ch)

## Francis Scherly

Expert en tourisme, professeur honoraire, Faculté des Hautes études commerciales, Université de Lausanne (UNIL), Montreux.



Francis Scherly croit au tourisme jurassien.

## Plaidoyer pour un « Jura touristique sans Frontière »

Propos recueillis par Didier Walzer

### 1. Le tourisme jurassien d'un point de vue global

Vue depuis la Riviera, l'image spontanée du Jura touristique est à la fois timide et chaleureuse, mais de plus en plus en phase avec l'évolution du tourisme moderne, à savoir orientée vers la nature, la culture et le bien-être. Il y a communion avec la nature, authenticité des paysages préservés – l'étang de la Gruère –, liberté dans les grands espaces; il s'agit, en quelque sorte, des zones de délasserment et de ressourcement des grands centres urbains.

Vu d'ici, c'est dans les Franches-Montagnes qu'on booste l'art équestre et les réseaux de mobilité douce, à vélo

ou à pied, le tout dans un environnement qui met en valeur la richesse des produits du terroir avec quantité de petites initiatives de tout bord soulignant la volonté de proposer aux visiteurs et aux indigènes des lieux et produits sympas. Au moment où Suisse Tourisme mise sur les circuits routiers du pays pour attirer autant la clientèle helvétique qu'étrangère grâce à l'essor spectaculaire du tourisme itinérant, le Jura est bien positionné, le potentiel présent, il faut simplement y croire!

### 2. Potentiel de développement

Il paraît encore intact et plein de promesses si l'on parvient un jour à pro-

mouvoir davantage l'Arc jurassien franco-suisse avec, par exemple, les routes horlogères mariant luxe et beauté de la nature à l'heure où l'on voit se dessiner – pour les régions périphériques – un potentiel indiscutable axé sur le véritable retour aux sources. C'est ainsi qu'il conviendrait d'y développer davantage le tourisme dans les grands espaces naturels (poursuivre la promotion du tourisme équestre et ses multiples activités expérientielles) à un moment où la montée en puissance des défis du monde moderne réclame davantage de zones sans stress, d'espaces de désintoxication momentanée d'une vie urbaine de

plus en plus subordonnée à l'implacable communication virtuelle. Que souhaite-t-on: trente visages souriants de 30 randonneurs en pleine nature ou 28 internautes rigoureusement penchés sur leur smartphone dans ce trolleybus qui emmène 30 personnes au centre-ville?... Ainsi, au moment même où nous fêtons les 20 ans du concept de *Léman sans Frontière* (qui regroupe 41 sites franco-suisse et qui, en 20 ans, a généré 200 millions de visiteurs autour du Léman), on peut vraiment souhaiter la concrétisation d'un «Jura touristique plus global», non seulement en créant davantage de liens avec le Doubs et le Parc du Doubs, mais aussi en encourageant plus encore les partenariats novateurs, enthousiastes et dépolitisés des acteurs de cette magnifique région au potentiel indiscutable. À quand, donc, le «Jura sans Frontière» avec, notamment, l'apport très qualitatif du Jura bernois, mais aussi neuchâtelois, vaudois et français?

### 3. Les défis

Celui du siècle est devenu celui de la coopération: dynamiques de réseaux, interdépendance... Plus *l'homo touristicus* se trouve confronté à la globalisation et à la technologie, plus il a besoin de relations «affectives», qui se traduisent souvent par des offres basées sur le retour à la nature ou déclinant judicieusement les cinq sens, sport et culture en sus.

Plus concrètement, pour le Jura, il s'agit de susciter le réflexe «Tourisme et Jura», de collaborer davantage avec la France voisine (exemple de l'Échappée jurassienne), de développer la culture du tourisme au sein de la population, de renforcer les infrastructures d'hébergement avec une offre de plus grande capacité – à notre connaissance, les structures d'hébergement sont actuellement trop morcelées et pas réparties de façon optimale.

### 4. Promotion en Suisse et à l'étranger

À l'image du site exceptionnel de Zermatt et ses «Zermatt Insiders» à l'accueil, à l'image de Montreux Riviera ou encore du Pays-d'Enhaut avec leurs ambassadeurs du tourisme et autres comités d'accueil, on peut souhaiter une piste exploratoire en ce sens, en souhaitant une fois de plus une collaboration au-delà des frontières cantonales et nationales, tout en profilant un Jura touristique uni, qui promeut des produits clairement identifiés, qui poursuit le travail actuel en réseau et collabore plus activement encore au niveau promotionnel: Jura & Trois Lacs, Suisse Mobile... Le succès s'obtiendra en osant résolument passer par-dessus les frontières, les susceptibilités, les préjugés, en axant la promotion sur des USP (offres spécifiques estampillées «Jura», qui n'ont pas ou peu d'équivalents). Bref, encore une fois le ressourcement en pleine nature, avec le sport et la culture.

### 5. Image du tourisme jurassien en Suisse

On se limitera, pour simplifier, à deux images spontanées, à savoir une certaine modestie d'une part, avec des sursauts de notoriété très éclectiques (événements, festivals, présences et rappels répétés dans les communications politiques!), et un potentiel manifeste d'autre part, avec la montée en puissance d'un tourisme vert devenu très tendance et des espaces jurassiens étroitement liés à ces nouvelles attentes. Plus que jamais, il convient de faire jouer l'intelligence du cœur en mêlant opportunisme et innovation, rigueur et humour.

### 6. Poids du tourisme dans l'économie jurassienne

Une appréciation de l'importance du tourisme dans les régions se fait

généralement via l'étude globale de la valeur ajoutée brute (VAB), pointant notamment la place du tourisme dans le produit intérieur brut (PIB). À notre connaissance, si certains cantons plus fortement touristiques – à l'image de Vaud et surtout du Valais – ont entrepris cette importante recherche spécifique d'impact ces dernières années, il ressort, selon l'Office fédéral de la statistique, que les catégories d'activités qui composent le secteur touristique en Suisse sont agrégées de manière différente de celles qui composent les données VAB. Il n'est donc guère possible, actuellement, de se faire une idée synthétique chiffrée de l'activité touristique et de ses incidences économiques précises au niveau des cantons et notamment du Jura, sur la base des statistiques fédérales. Nous savons, en revanche, qu'un compte satellite du tourisme au niveau des cantons constitue un projet des Comptes nationaux, mais plutôt à l'horizon 2017-18. Cela dit et au-delà des chiffres dits «scientifiques», le canton du Jura, c'est tout de même 107 000 nuitées pour 71 000 habitants, 650 km de sentiers VTT balisés, 36 500 hectares de surfaces boisées. Et, surtout, comme déjà relevé, un gros potentiel de développement. Il est donc indiscutable qu'un grand travail de positionnement, de promotion et de développement de produits touristiques spécifiques mérite d'être entrepris avec davantage de moyens qu'à présent en vue de saisir les meilleures opportunités issues du changement d'habitudes de consommation qui s'opèrent sur les marchés.

Et de prendre les mesures qu'il convient afin de faire encore mieux connaître sur Internet les ressources d'un «Jura sans Frontière» riche de promesses.

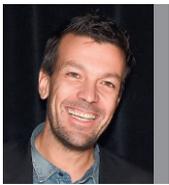


*La compagnie Vol de Nuit.*

## S'unir pour le bien de la culture régionale

Le domaine des arts de la scène est en pleine ébullition dans le Jura historique. À Delémont, le projet de Théâtre du Jura est sur de bons rails. Et à Moutier, un nouvel organe destiné à soutenir les artistes locaux dans leur création vient de voir le jour. Il s'agit du fOrum culture, né pour incarner le projet jurassien bernois ARS.

Par Aleksandra Planinic



**Jérôme Benoit,**  
délégué aux affaires  
culturelles francophones  
du canton de Berne.

«Il est temps que ça bouge dans le milieu des arts de la scène de la région.» Ces mots, ce sont ceux de Jérôme Benoit, délégué aux affaires culturelles francophones du canton de Berne, qui s'exprime sur ARS.

ARS? Il s'agit de la mise en réseau des arts de la scène dans le Jura bernois et à Bienne.

L'effervescence autour de ce projet est palpable depuis le début de l'an-

née, notamment dans les locaux du Pantographe, à Moutier. C'est là que le fORum culture se charge de donner vie aux futures créations et travaux labellisés ARS. L'association, qui regroupe de nombreux acteurs culturels tant bernois que jurassiens, vient d'engager deux coordinateurs dans le but de constituer les différents réseaux au sein d'ARS. Seront mis sur pied, par exemple, un réseau de participation culturelle ou encore un réseau de création.

Ces commissions sont chargées de définir les besoins des différents domaines culturels. Et l'objectif du projet ARS est de permettre aux compagnies et artistes une meilleure collaboration. Et ainsi de faciliter les

échanges et les synergies. Le défi est fort, selon Jérôme Benoit: «On assiste à un changement de paradigme puisque ce sont les acteurs culturels eux-mêmes qui vont pouvoir définir leur propre politique culturelle. On leur donne les moyens de fixer des priorités, de mettre des accents là où ils estiment que c'est nécessaire. Il faut donc se laisser surprendre par ce qu'ils vont nous préparer.»

### **Pallier le retrait du CREA**

Avant que le projet n'entre dans sa phase concrète, il a fallu faire face à quelques obstacles, rebondissements et autres doutes. Tout commence en 2010, lorsque le canton de Berne décide de se retirer, pour des raisons financières, du projet interjurassien de Centre d'expression artistique (CREA). De nombreuses pistes sont évoquées afin de compenser l'abandon des autorités bernoises du projet commun avec le canton du Jura. C'est là qu'est née l'idée de mise en réseau des différents acteurs culturels du Jura historique.

En 2013, l'Office de la culture confie un mandat d'étude à un expert externe. Un an plus tard, une proposition est retenue. Le travail de mise sur pied du projet entre dans une nouvelle phase conceptrice qui réunit les autorités et différents acteurs culturels régionaux. Comme le rappelle Jérôme Benoit, l'objectif «était et est toujours d'assurer une collaboration entre le Jura bernois, Bienne et le Jura et de développer des projets communs».

## **Prendre conscience de la richesse artistique de la région avec «Art-Scène»**

Promouvoir les arts de la scène dans le Jura, le Jura bernois et à Bienne sur une plateforme commune: c'est le projet qu'a lancé, en automne dernier, la CicaS, la Commission intercantonale des arts de la scène. Intitulé «Art-Scène», il s'agit d'un site internet sur lequel le travail et les créations des différentes compagnies sont notamment mis en avant. On peut aussi y retrouver des thèmes qui touchent à la politique culturelle de la région. Différentes actions sont aussi prévues,

dans le cadre d'Art-Scène. L'objectif de la CicaS est de montrer à la population du Jura historique que le théâtre ou encore la danse sont des disciplines ancrées dans le patrimoine culturel. Jérôme Benoit note d'ailleurs qu'Art-Scène vise à rendre les gens pleinement conscients du potentiel artistique de la région. Cette plateforme a vu le jour dans le même but de rapprochement entre les artistes du Jura historique et participe à leur mise en réseau.

Une fois le volet organisationnel mis en place, il a fallu passer à celui du politique. Une étape qui a donné quelques frayeurs, fin 2015, aux initiateurs d'ARS puisque la Commission de la formation du Grand Conseil bernois avait proposé le renvoi du crédit, à savoir 550 000 francs par an pour la tranche 2016-2019. Malgré les réticences du côté alémanique, le Parlement bernois a fini par accorder ces subventions.

### La culture enthousiasme

Malgré ce feu vert, «il faut rester prudent, commente Jérôme Benoit. Les politiciens ont des attentes. Ils doivent voir rapidement ce qui est réalisé avec l'argent mis à disposi-

tion et quelle plus-value apporte ARS à la scène culturelle. Des résultats concrets sont donc attendus prochainement. Gardons en tête que ces subventions ne sont plus assurées dès 2019. Pour que le financement d'ARS soit renouvelé, il faudra repasser devant les autorités dans un contexte financier et économique difficile. Ce sera tout sauf évident.»

Malgré ces incertitudes, Jérôme Benoit ne cache pas son enthousiasme: «C'est extraordinaire, l'émulsion qui entoure actuellement le domaine de la culture dans notre région. On parle d'ARS, du CREA ou encore de la rénovation des théâtres de Bienne – qui seront intégrés au réseau. Je pense que c'est une

chance pour toutes les disciplines artistiques, car elles sont tirées en avant par ce dynamisme.»

Si le projet ARS et celui du CREA mettent la culture en fête, «ils donnent aussi un signal fort et éveillent l'intérêt au-delà de l'Arc jurassien.

ARS se perçoit comme un moteur pour la région, qui lui permettra de se profiler au niveau suisse», conclut le délégué.

## Resserrer les liens dans le Jura historique



MARJORIE SPART

Claudia Nuara

Comédienne et metteuse en scène biennoise depuis plus de 25 ans, Claudia Nuara possède une bonne quarantaine de spectacles à son actif. Elle crée, monte et joue essentiellement à Bienne et dans le Jura bernois. Elle partage largement l'enthousiasme de ses homologues jurassiens vis-à-vis du projet de fOrum culture. «C'est un outil

formidable qui va donner une dynamique à toute notre région francophone. Si le forum permettra la mise en réseau des artistes, il marque aussi la suppression des frontières régionales et cantonales. On avait vraiment besoin d'une telle structure qui nous permettra d'ouvrir de nouvelles perspectives.»

Claudia Nuara estime aussi que cette nouvelle entité lui permettra de faciliter son travail en qualité de compagnie indépendante, notamment grâce à l'appui des deux coordinateurs engagés dans le forum. «Comme indépendants, nous devons tout faire nous-mêmes. Et c'est très difficile d'entrer

dans le système et de programmer une tournée.»

La comédienne espère pouvoir accroître les possibilités artistiques grâce à la mise en réseau des différents artistes de la région. Et de prendre en exemple la création d'un spectacle qui nécessiterait la collaboration de certains musiciens: «Le forum pourrait alors me mettre en contact avec des musiciens intéressés. Le forum doit se voir comme un vivier d'artistes qui se nourrissent les uns les autres.»

Claudia Nuara note aussi qu'en tant que francophone de Bienne, «on se sent souvent assez isolé. Alors ce sera très agréable de se sentir faire partie d'une plus grande entité. Je suis sûre que cette nouvelle structure permettra de resserrer les liens entre les artistes.»

Lorsqu'on questionne la comédienne sur l'avenir, elle lève les yeux, brillants: «Je vois une belle émulation dans la région. On verra davantage de créations artistiques. Peut-être que ce ne seront plus les artistes de la région qui s'expatrieront, mais ceux de Suisse romande qui viendront chez nous. Et j'espère aussi qu'on ne me demandera plus si mes spectacles joués à Bienne sont bien en français...»

Marjorie Spart

## «Un pari audacieux et excitant»



La création du fOrum culture, cette instance qui relie les arts de la scène entre le Jura, le Jura bernois et Bienne, est maintenant une réalité qui prend gentiment forme.

Si la volonté politique est claire, il est intéressant de se questionner sur les attentes des futurs utilisateurs de cette entité – dont seuls les contours sont dessinés –, à savoir les compagnies régionales, les comédiens et autres pivots des arts de la scène.

Nicolas Steullet, de la compagnie jurassienne Vol de Nuit, voit le fOrum culture comme une grande chance pour la région. **Interview.**

### – Nicolas Steullet, quel regard portez-vous sur la création du fOrum culture?

Nous voyons d'un très bon œil l'émergence du fOrum culture. C'est un outil imaginé par et pour les artistes régionaux. Le fOrum culture, c'est nous tous: acteurs amateurs et professionnels, compagnies de danse, musiciens, circassiens, metteurs en scène. Nous sommes fiers de nous inscrire dans cette dynamique fédératrice et nous espérons pouvoir contribuer au rayonnement des arts de la scène dans le Jura historique. Le pari est audacieux, mais excitant. Réunir les acteurs culturels et mettre leurs talents en commun. L'union fait la force!

### – Quels avantages concrets pourront en retirer les comédiens et les compagnies?

Très concrètement, le Forum va encourager les artistes à travailler ensemble, notamment en pilotant des projets culturels, afin de créer des productions collectives. Il mettra également en commun des ressources techniques (éclairage, sonorisation, costumes) à disposition des acteurs culturels. Il ouvrira un bureau, lieu d'échange et de dépannage concret et efficace pour les artistes.

### – Si les structures du projet sont en place, il reste encore des inconnues quant à son fonctionnement. Quelles sont vos attentes?

Nous voyons le forum culturel comme un donneur d'impulsions, une étincelle. Au forum de poser la première pierre, aux artistes de faire le reste. Nous imaginons le forum comme un

aménageur d'opportunités, un inventeur de cadres à l'intérieur desquels les artistes s'en donneront à cœur joie.

### – La construction du Théâtre du Jura est aussi en lien avec le forum.

#### Qu'attendez-vous de cette nouvelle salle delémontaine?

Nous rêvons du Théâtre du Jura comme d'un lieu de médiation culturelle, ouvert à tous. Nous espérons que les écoles de la région y auront un accès privilégié et que le jeune public y sera choyé.

Nombreux sont les membres de notre compagnie à être partis étudier le théâtre ou la danse aux quatre coins du monde. Nous espérons les applaudir un jour sur les planches du Théâtre du Jura. Et qui sait, peut-être la compagnie Vol de Nuit en foulera-t-elle les planches?

### – Comment imaginez-vous le panorama culturel dans notre région dans cinq ans?

La salle de l'Inter à Porrentruy rénovée, le Théâtre du Jura à Delémont inauguré, le Palace à Bienne remis à neuf, le Pantographe à Moutier sauvé, nous serons gâtés dans cinq ans! Nous attendons également beaucoup des lieux alternatifs, tels La Cantine, qui verra le jour sous peu à Delémont. Ce sont des endroits indispensables à l'équilibre culturel de la région. La région jurassienne, du lac de Bienne aux portes de la France, a une véritable carte culturelle à jouer.

*Propos recueillis par Marjorie Spart*



*Pierre Boillat, président de la FARB, souhaite un public plus hétéroclite aux expositions de la Fondation.*

## La culture, sous toutes ses formes ou presque...

Phare culturel jurassien, la FARB a déjà accueilli plus de 120 expositions depuis son ouverture en 1999. Les lauréats de ses bourses sont des publicités vivantes pour la fondation Anne et Robert Bloch, qui veut jouer un rôle de passeur culturel. Mission réussie?

Par Françoise Houlmann-Schaffter

À entendre Léonie Renaud et Nathan Stornetta, leur récompense a donné un coup d'accélérateur décisif à leur carrière. Pour la chanteuse classique delémontaine, recevoir ce prix constitue «une chance incroyable qui ouvre de nombreuses portes. C'est aussi une motivation personnelle et professionnelle à se surpasser.»

Grâce à son séjour à Marseille, la cantatrice a étoffé ses contacts qui lui ont notamment permis de se produire dans des opéras français, et le succès appelant le succès, les choses se sont

vite accélérées. D'un côté, le prix de la FARB offre une visibilité, de l'autre, l'artiste évoque la fondation dans les interviews: c'est du gagnant-gagnant. La nouvelle cheffe d'Espace Choral contribue ainsi à l'accessibilité de son art au grand public et la FARB remplit donc son rôle de passeur culturel.

La force de la fondation, c'est de s'intéresser à tous les arts, et de les encourager, quel que soit leur «statut». Ainsi, Nathan Stornetta, compositeur de musique de films, n'apparaît pas immédiatement comme un artiste «tradi-

tionnel». Le jeune Jurassien a passé quatre mois à Los Angeles après avoir vécu à Londres pour travailler avec le «pape» du domaine, Hans Zimmer.

Formé avec les plus grands, il peut exercer son métier partout, il lui suffit d'une chambre insonorisée et de son ordinateur. Il peut ainsi créer la musique qui fera trembler ou vibrer dans une prochaine superproduction, comme le *Petit Prince*, par exemple, film auquel il a activement collaboré. Pour Nathan Stornetta, c'est limpide: «La FARB m'a fait confiance, alors que je n'avais pas de cursus officiel à présenter. J'ai pu concilier un mandat irrégulier avec des cours sur mesure, ce qui correspondait à mes besoins, et le fait d'avoir cette sécurité financière m'a permis de m'investir pleinement dans ces projets.»

Désormais, la carrière du jeune homme est sur les rails et ses mandats – notamment pour le parc du Puy du Fou, en France – l'occupent encore cette année. L'objectif de devenir un passeur culturel est donc pleinement atteint avec les prix déjà attribués.

Si la notoriété est acquise dans le Jura, elle est peut-être moins établie à l'extérieur des frontières cantonales. Mais pour le président de la fondation, l'avocat et ancien ministre Pierre Boillat, ce n'est pas une priorité. Le fait que certains prix ne soient pas réservés uniquement à des Jurassiens permet de se faire connaître au-delà de la Roche Saint-Jean. À l'image de la Soleuroise Carole Kohler, qui a terminé sa résidence de six mois dans l'atelier de La Sarrazine (le mas provençal restauré par le couple Bloch, qui en avait fait sa deuxième maison).

## Historique et avenir

Anne et Robert Bloch ont décidé, il y a plus de 20 ans, de s'engager pour la promotion de la création culturelle dans la région. Une décision qui s'explique par leur amour du Jura et leur passion pour la culture. Après le décès des deux fondateurs, c'est désormais le Conseil de Fondation qui gère ce qui est devenu un des hauts lieux culturels du Jura. Sans relâche, la salle accueille les artistes d'ici, à leurs débuts comme après leur disparition, à l'image de la récente exposition consacrée à Albert Schnyder. Des collaborations sont également mises en place avec les galeries Paul Bovée et ArtSenal, comme la récente exposition des membres de la société des peintres et sculpteurs jurassiens à l'occasion du 60<sup>e</sup> anniversaire de cette association. La lauréate du prix de La Sarrazine, Carole Kohler, a exposé ses œuvres

jusqu'au 10 mai. Puis ce sera au tour de Pierre Marquis et d'Yves Hänggi d'être à l'honneur. Plusieurs événements sont également au programme de l'auditorium.

Côté prix et bourses, ils sont déjà 23 à avoir bénéficié d'une des récompenses de la généreuse fondation. Cinq auteurs ont reçu un prix d'encouragement à la création littéraire dans le Jura; quatre chercheurs ont été récompensés pour leurs études doctorales ou postdoctorales; dix lauréats ont obtenu la bourse Anne et Robert Bloch pour le perfectionnement d'un artiste jurassien (de la mise en scène à la danse en passant par le piano et l'école de cirque); et enfin, dernier-né, le prix de La Sarrazine (résidence de six mois en Provence) a déjà été attribué quatre fois.

[www.fondationfarb.ch](http://www.fondationfarb.ch)

## «La plus belle salle du canton»

Géographiquement parlant, la FARB est idéalement située, en vieille ville de Delémont. Lieu d'exposition aisément accessible, la fondation essaime large et sa très belle salle du rez-de-chaussée accueille les passants comme les passionnés. Là encore, gratuité et visibilité permettent de drainer large. Si l'espace culturel de l'étage est ouvert à tous, ses concerts, ses pièces de théâtre ou encore ses conférences restent plutôt intimistes. Et si le président du Conseil de Fondation concède que le lieu est parfois élitiste

dans sa fréquentation, il le regrette: «Nous souhaiterions avoir plus de monde, des amateurs qui seraient intéressés à découvrir de nouveaux horizons, mais ne sommes pas toujours suffisamment suivis.»

Pour Liuba Kirova, artiste jurassienne renommée, «la salle est de loin la plus belle de tout le canton. L'accessibilité du lieu est un atout non négligeable pour les artistes qui veulent aller à la rencontre du public, là où il vit.»

Si la démocratisation de l'art est une ambition de la FARB, elle ne vise pas pour autant d'ouvrir ses cimaises à

tout un chacun. Pierre Boillat le voit comme un gage de qualité: «Il faut avoir fait ses preuves ou être en bonne voie de le faire, car la demande est très importante (*ndlr: la salle est occupée jusqu'en été 2017!*). Les artistes retenus sont censés faire métier de leur art ou avoir de bonnes perspectives de progression.»

Une rampe de lancement qui remplit donc une grande partie de sa mission de «passeur culturel».

**100 kWh =  
1 an de TV  
= 17.-\***

# AMBRE

**L'énergie  
qui vous ressemble**

L'électricité renouvelable composée de solaire local

Disponible par tranche de 100 kWh/an 

\*Exemple pour un ménage regardant la télévision 4h/jour;  
en plus-value, en CHF, hors taxes

**SID**  Choisissez l'énergie qui vous ressemble  
[www.sid-delemont.ch/electricite](http://www.sid-delemont.ch/electricite)

**Cité de l'énergie**   
europe energy award



PETER MUELLER

Maquette explicative pour le grand public à l'échelle 1:1 d'un enfouissement de cylindre de déchets nucléaires.

## Une valse de 100 000 ans

Ouvert à tous, le laboratoire souterrain Mont Terri mène des recherches fondamentales pour l'avenir de nos déchets nucléaires. Reportage.

Par Sophie Dürrenmatt

C'est un laboratoire souterrain situé à 300 m dans les entrailles de la terre et doté de 700 mètres de galeries dans lesquelles des découvertes scientifiques majeures vont peut-être permettre une avancée déterminante sur la question des déchets nucléaires. Voici maintenant 20 ans que le projet Mont Terri, à Saint-Ursanne, étudie une roche argileuse spécifique : l'argile à Opalinus.

À la tête de l'équipe de recherche, Paul Bossart, directeur du projet Mont Terri : «Aucun déchet n'est et ne sera jamais entreposé ici, bien sûr. La chaleur provoquée par la désintégration radioactive est simulée par des corps de chauffe. Ce que nous faisons est simple : nous étudions cette argile sous toutes ses coutures avec des expériences de méthodologie, de caractérisation et de démonstra-

tion, qui peuvent demander 20, 30 ou même 40 ans de récolte de données. Elles visent à attester de la faisabilité technique des dépôts de déchets nucléaires en couches géologiques profondes.»

### Financement international

Géré et exploité par le service géologie de swisstopo (Office fédéral de topographie), le projet Mont Terri ras-

# ATB SA

Ingénieurs-conseils SIA USIC

- Routes, trafic et voies ferrées
- Hydraulique
- Bâtiments et ouvrages d'art
- Décharges et carrières
- Travaux spéciaux
- Aménagement du territoire



2740 Moutier 032 494 55 88  
 2950 Courgenay 032 471 16 15  
 2720 Tramelan 032 487 59 77  
 2350 Saignelégier 032 951 17 22  
 2800 Delémont 032 422 56 44  
 4242 Laufen 061 761 17 85

[www.atb-sa.ch](http://www.atb-sa.ch)  
[info@atb-sa.ch](mailto:info@atb-sa.ch)

# PRODUCTEC

LOGICIELS ET SERVICES DE PROGRAMMATION CNC

DEPUIS  
1988

LA SOLUTION  
FAO DE L'UGV...  
... AU DECOLLETAGE



 **GibbsCAM**

 ProCONNECT

[www.productec.com](http://www.productec.com)



# demotec

graphisme imprimerie

P O R R E N T R U Y

Tél. 032 466 28 28 [www.demotec.ch](http://www.demotec.ch)

*L'imprimerie proche  
des Jurassiens*



semble en tout 16 partenaires à travers le monde réunis en un consortium. Ils assurent le financement des recherches qui peut osciller, certaines années, entre deux et cinq millions de francs selon les expériences menées.

La Confédération, pour sa part, prend en charge un budget d'un demi-million de francs destiné à la sécurité des personnels œuvrant sur place de même que des visiteurs.

Or, une question brûle les lèvres : pourquoi ce site ? « Lors du creusement du tunnel autoroutier, nous nous sommes rendu compte que le pli géologique de la chaîne du Jura, à cet emplacement, nous permettait d'atteindre facilement cette argile. C'est un matériau de 174 millions d'années issu du retrait d'une mer autrefois présente dans la partie nord de la Suisse (de Genève à Saint-Gall, ainsi que dans le Jura, mais pas dans les Alpes), de même que dans le sud de l'Allemagne. Mais cette argile est profonde. Habituellement, il faut creuser pour l'atteindre et implanter un laboratoire dans ces conditions est compliqué.

De plus, d'autres spécificités géologiques étaient à notre avantage. À l'instar d'une géométrie de couches simple avec des déformations tectoniques limitées, ou encore une absence d'altération de la roche, ainsi qu'une profondeur minimale de 150 m évitant que la roche se décompacte. Et puis ce site est similaire en tous points aux sites d'argile à Opalinus de futurs lieux de stockage.

La construction de la Transjurane a permis cette découverte. Le projet du laboratoire est devenu une évidence. »

## Un matériau de compétition

Car, malgré son aspect rudimentaire, l'argile à Opalinus semble tout indiquée pour accueillir en profondeur les déchets radioactifs qu'il faudra impérativement stocker en toute sécurité. Pour cela, trois qualités majeures la distinguent. La première, sa structure en mille-feuilles (non observable à l'œil nu) lui permet de retenir les substances nocives. La deuxième, son gonflement en présence d'eau lui permettant ainsi une auto-cicatrisation en cas de fissures (lors de tremblements de terre par exemple) et donc une étanchéité. La troisième, sa très faible perméabilité puisqu'aujourd'hui encore de l'eau de mer y est prisonnière.

« Il faut bien comprendre qu'on parle d'enfouissement de déchets qui doit pouvoir durer et être géologiquement sécurisés au moins 100 000 ans. C'est une échelle temporelle extrêmement complexe à anticiper. Car, en plus, nous ne savons pas ce qu'il adviendra de l'humanité et donc de la société d'ici là. C'est clairement le plus grand point d'interrogation. »

## Quelques chiffres

Cinquante ans d'exploitation nucléaire en Suisse génèrent 100 000 m<sup>3</sup> de déchets, dont 92 000 m<sup>3</sup> de faible et moyenne activité et 8 000 m<sup>3</sup> de haute activité. Or, une prise en charge responsable de ces résidus s'impose. Les normes sont strictes pour les éventuels futurs dépôts d'après les résultats de recherches déjà entreprises. « On compte un enfouissement entre 400 et 900 mètres avec des cylindres de déchets de 1 m de diamètre et de

4,5 m de long contenant 26 à 28 tonnes de déchets entreposés au centre d'une couche de 100 mètres d'argile à Opalinus. » C'est d'ailleurs afin d'étudier la faisabilité d'un tel entreposage qu'une expérience à l'échelle 1/1 avec simulation par corps de chauffe est en route au laboratoire Mont Terri depuis 2011. Au total, 1500 capteurs enregistrent 24/24 des millions de données. « C'est actuellement la plus grande et la plus longue expérience, car elle peut durer de 10 à 40 ans. » Mais alors, pourrait-on en arriver un jour à la conclusion que l'argile à Opalinus n'est pas la solution optimale ? « Dans l'absolu, bien sûr, tant que les recherches ne sont pas terminées. C'est d'ailleurs pour cette raison que nous sommes là. Mais tout tend à indiquer que nous évoluons sur la bonne voie.

D'autres pays ont construit des laboratoires et les études portent sur d'autres matériaux. La Suède, par exemple, n'a pas de sol argileux. En revanche, ce pays mène des recherches dans les granites ; l'Allemagne, pour sa part, a décidé de baser ses expériences sur les sels et les argilites. Le monde entier est à la recherche de solutions. Et ça, c'est plutôt une bonne nouvelle. »

[www.mont-terri.ch](http://www.mont-terri.ch)



*Félix Baumann: «J'ai été surpris par l'évolution très rapide du mode de vie des habitants d'Irkoutsk.»*

## Le Jurassien qui étudie les marchés chinois en Russie

Russophile, le Delémontain Félix Baumann a effectué de nombreux séjours prolongés dans ce gigantesque pays et particulièrement à Irkoutsk, en Sibérie orientale. Il y réalise actuellement sa thèse universitaire sur l'influence sociologique des marchés chinois vis-à-vis de la population autochtone. Immersion.

**Par Didier Walzer (collaboration Félix Baumann)**

Le marché chinois de Kitai-gorod est composé de pavillons en métal alignés en rangées et de trois grands bâtiments dans lesquels on trouve aussi de petits stands. Shanghai City Mall, quant à lui, est situé au centre-ville, à l'emplacement de l'ancien marché chinois en plein air (Shanghaika, littéralement la petite Shanghai). Il s'agit d'un grand centre commercial divisé en petits stands. On y vend habits, chaussures, appareils ménagers, articles de sport, jouets, literie, matériel de construction, etc.

«Je m'intéresse plus particulièrement à l'étiquetage des marchandises et à leur circulation. L'idée de base est d'étudier le passage d'un objet du statut de chose à celui de marchandise, souligne l'intéressé. Exemple plus proche de nous: un mouton qui paît dans son pré et qui termine sur l'étal du boucher, puis comme carcasse, passe par diverses mains (éleveur, acheteur en gros, boucher, vendeur en magasin...), qui lui assignent, à chaque étape, des qualités et un prix.

Dans le même ordre d'idée, j'essaie de voir comment des chaussettes arrivent sur un marché «chinois» et quelles sont les qualités qui lui permettent de s'y trouver.»

### Relations entre marchandises et rapports sociaux

Dans un deuxième temps, Félix Baumann poursuit l'objectif d'étudier les relations entre marchandises et rapports sociaux selon le principe que les «objets ont une vie sociale» – idée développée par l'anthropologue Appadurai. Originalité de la démarche du Jurassien: partir de la marchandise pour aller vers l'organisation sociale. Jusqu'à présent, en effet, peu de recherches ont été effectuées sur le rapport des êtres humains aux objets. Il s'agit de recueillir des données sur les marchés grâce aux contacts avec les acteurs sur place, soit les propriétaires de stands, les vendeurs, les acheteurs en gros, ainsi que les consommateurs. Une démarche qui nécessite

un véritable travail de terrain. «Le but plus large est de savoir concrètement comment fonctionne un marché et plus particulièrement un marché chinois. En effet, on a souvent tendance à simplifier la réponse en affirmant qu'un marché est organisé selon la loi de l'offre et de la demande avec des acteurs rationnels et individualistes cherchant à maximiser leur profit», explicite Félix Baumann.

Autre objectif: (re)mettre en cause les explications basées sur les théories néolibérales qui ont eu tendance à régir de nombreux domaines, y compris non économiques (clubs de tennis, par exemple, avec l'idée du joueur inter-clubs qui s'acquitte d'une cotisation supplémentaire en vertu du principe du pollueur-payeur).

### Bilan intermédiaire

«La situation sur les marchés a beaucoup évolué par rapport à 2010, dernière fois où j'étais à Irkoutsk. Le marché chinois est désormais une entité avec une marque bien définie, des bus qui y conduisent, des affiches pour attirer la clientèle. Rien à voir, donc, avec l'immense marché à ciel ouvert de l'époque, qui n'était par ailleurs même pas indiqué sur les plans d'Irkoutsk.»

Du point de vue de la marchandise aussi, Félix Baumann n'a pas peur d'affirmer qu'elle est fabriquée en Chine – ce qui était moins le cas auparavant. Il est parallèlement intéressant de constater que l'on n'hésite pas à mettre en exergue la provenance des produits: Russie, Kirghizstan ou Biélorussie. «Cela prouve que le statut des marchandises venant de ces pays a évolué. La concurrence est assez vive pour les marchés que j'étudie en raison de l'apparition d'Internet – possibilité de commander en ligne et d'aller chercher les produits au dépôt –, de la construction de plusieurs centres commerciaux avec cinémas, fast-foods, coin jeu pour les enfants, qui allient achats et loisirs. De nombreux pavillons sont vides et les vendeurs avec qui je parle font



Le marché de Kitai-gorod (ville Chine), à Irkoutsk.

état de leurs difficultés économiques consécutives à la chute du rouble et à l'importation trop onéreuse de produits étrangers.»

L'origine des vendeuses et vendeurs est très diverse : on trouve des Russes, des Chinois, des Vietnamiens, des Africains, des Tadjiks, des Kirghizes, des Azéris, des Géorgiens.

Si certaines nationalités sont spécialisées dans des produits particuliers (les Tadjiks vendent les chaussures par exemple), l'origine des marchandises vendues est très diversifiée. «Sur un même stand, on peut découvrir des produits provenant de Turquie et de Chine en passant par le Kirghizstan, des vendeurs en gros à Irkoutsk se trouvant à Kitai-gorod. Il n'existe donc pas vraiment un canal de distribution unique par stand.»

### **Fascination pour les produits européens**

S'agissant des Chinois, difficile d'établir des relations avec certains d'entre eux, car les étrangers ont l'interdiction, depuis 2007, de travailler sur les marchés. Ils craignent d'être

découverts ou ne veulent pas entrer en contact avec des inconnus. La méfiance est également réciproque entre Russes et Chinois, les premiers ayant peur d'une «invasion jaune» ou de revendications territoriales (la région à l'est d'Irkoutsk a été chinoise au XIX<sup>e</sup> siècle) et les seconds d'être renvoyés de Russie pour des questions de permis de séjour.

«J'ai été surpris par l'évolution très rapide du mode de vie des habitants d'Irkoutsk, de celle des mœurs et de cette fascination toujours aussi forte pour les produits européens, même si la situation politique crée plutôt un sentiment anti-européen. Un H & M dans un centre commercial appelé Rive gauche au cœur d'Irkoutsk est pour moi assez irréel par rapport à ce que j'avais vu dix ans auparavant.»

Le complexe vis-à-vis des étrangers que nourrissait la génération qui a aujourd'hui plus de 50 ans a pratiquement disparu chez les jeunes. Au niveau vestimentaire également, l'évolution est très nette. Voici dix ans, les jeunes hommes étaient tout de noir vêtus avec des képis et des chaussures

en cuir. Aujourd'hui, on peine à différencier leur habillement de celui des jeunes Suisses.

«Point de vue consommation, on assiste désormais, à Irkoutsk, à un phénomène intéressant, dans le sens où les marchés chinois, cœur de distribution dans cette ville – marché de gros d'où tout était redistribué dans les plus petits points de vente au centre –, se sont placés comme marchés de gros bon marché pour faire face à la concurrence des grands centres commerciaux de type européen, analyse notre interlocuteur. Pour moi, il est également frappant de constater à quel point les produits circulent librement et sont consommés sans arrière-pensée, alors que j'ai pour la première fois entendu des réflexions du type «Vous, les Européens...» Cette absence totale de lien entre la consommation et les valeurs me choque.»

Au niveau scientifique, Félix Baumann est persuadé que les étiquettes sont collées en Russie et qu'il existe un marché des vignettes à placer sur les produits en fonction des marchés auxquels ils sont destinés.

## **Qu'est-ce qu'un produit chinois ?**

Dans le cadre d'un travail de thèse sur l'anthropologie économique – qu'il terminera en mars 2018 –, le Delémontain Félix Baumann (39 ans), inscrit à l'Université de Neuchâtel, a passé plusieurs mois à Irkoutsk, en Russie, pour tenter de savoir ce que signifie «Made in China» ou qu'est-ce qu'un produit chinois.

Pour obtenir des réponses, il a concrètement étudié, sur le terrain, les marchés Kitai-gorod (ville Chine) et Shanghai City Mall. Le Jurassien est suivi dans sa démarche par le professeur Ellen Hertz, spécialiste en anthropologie économique et juridique. Elle a, entre autres, réalisé un travail de terrain sur la Bourse de Shanghai.

# Entrez dans le monde coloré de l'impression

## dernière génération

La revue *Défis* que vous tenez en main a été imprimée au moyen d'une technologie d'avant-garde dans nos ateliers de Delémont. Une première suisse permettant de répondre aux exigences de qualité les plus élevées.

**PRESSOR**   
CENTRE D'IMPRESSION ET D'ARTS GRAPHIQUES

Route de Courroux 6, **2800 Delémont** | 032 421 19 19  
Rue du Midi 27, **2740 Moutier** | 032 494 64 00  
info@pressor.ch | www.pressor.ch

# RICHARD MILLE

A RACING MACHINE ON THE WRIST

\* LA PERFORMANCE MÉCANIQUE POUSSÉE À L'EXTRÊME



CALIBRE RM 11-02

© Didier Gourdon

HOROMETRIE SA  
Rue du Jura 11  
2345 Les Breuleux  
+41 32 959 43 43

[www.richardmille.com](http://www.richardmille.com)