

Défis

N° 8 - DÉCEMBRE 2018

Notre grand dossier:

La gastronomie jurassienne: un atout
touristique indéniable

Anne-Sophie Spérisen, directrice de SOLO
Swiss: portrait d'une capitaine d'industrie

Steve Guerdat, une valeur étalon pour
la Suisse et le Jura

Jean-Marie Fleury, le patron de presse
qui a osé dire non à Christoph Blocher





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

www.ebl.ch



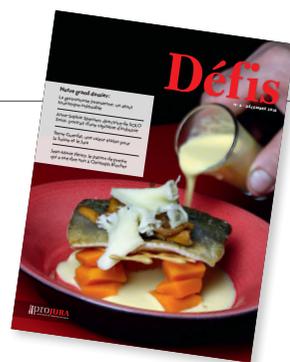
Télévision



Internet



Téléphonie



Éditorial

Par Didier Walzer, rédacteur responsable



Le Jura a un sacré coup de fourchette

D'un point de vue touristique, le Jura attire surtout les habitants des grandes villes en raison de son cachet authentique et préservé, dont la symbolique image est celle des Franches-Montagnes. Les citoyens y trouvent repos et convivialité dans des paysages qui ravissent l'œil et apaisent l'esprit. Pourtant, la région élargie est

bien davantage qu'un décor de carte postale. Sur le menu des «loisirs», elle s'impose également par la qualité et la variété de sa gastronomie.

Il suffit de prononcer un seul nom, celui de Georges Wenger, l'emblématique patron de l'Hôtel de la Gare, au Noirmont, pour en être définitivement convaincu. Car il fait l'unanimité depuis des décennies.

Certes, cette figure de proue remettra son tablier dans quelques jours. Mais cela n'empêchera pas notre coin de pays de continuer à briller par le contenu de ses assiettes. Même si elles n'évoluent pas forcément toutes dans les hautes sphères toquées.

De nombreux établissements ont su s'imposer par l'originalité de leurs recettes, l'accueil, la décoration et leur emplacement. Jusqu'à en devenir des lieux incontournables où il fait bon s'arrêter, voire, lorsque c'est possible, s'y installer pour une nuitée ou deux, au croisement de diverses promenades en plein cœur de la nature.

Sans être exhaustifs, nous avons mis le doigt, aux pages suivantes, dans les plats de quelques bonnes adresses jurassiennes, afin d'en relever la saveur pour vous. Et de broser un portrait général du «bien manger» sous nos latitudes.

En rencontrant plusieurs auteurs de petits miracles gustatifs, en les écoutant évoquer leur métier, on comprend la passion qui les anime, les nourrit, voire les dévore... Et elle ne peut que rejaillir sur les papilles gustatives de leurs convives. Bon appétit!

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 et Raffi Kouyoumdjian.

Sommaire

Dossier: la gastronomie jurassienne	2
Dis-moi ce que tu manges...	4
À la rencontre de trois professionnels	10
Terroir, gastronomie et tourisme, une union sacrée	12
Le clin d'œil de Bovée	15
Du champ à l'assiette, il n'y a qu'un pas	17
La Tête de Moine AOP – reflet du dynamisme économique jurassien	18
La recette exclusive pour Défis du Château de Pleujouse	20
Anne-Sophie Spérisen: «Je suis optimiste de nature»	22
Steve Guerdat, un des palmarès les plus étoffés du sport suisse	26
Le Jurassien d'origine et patron de presse Jean-Marie Fleury a refusé de vendre son âme à Blocher	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.

Dessins: Jean-Paul Bovée.

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



Dossier



Catherine et Gérard Praud, les tenanciers du Château de Pleujouse.

La gastronomie jurassienne



Knut Schwander, le responsable de l'édition romande du guide Gault & Millau.

Dis-moi ce que tu manges...

La gastronomie fait partie intégrante d'une identité régionale. Or, là aussi, les frontières bougent, les us et coutumes évoluent et les bouleversements sociétaux remodelent les schémas culinaires.

Par Sophie Dürrenmatt

Selon le Larousse, la gastronomie est la « connaissance de tout ce qui se rapporte à la cuisine, à l'ordonnement des repas, à l'art de déguster et d'apprécier les mets. » Autant dire tout un univers. Pourtant, à y regarder d'un peu plus près, la gastronomie induit aussi beaucoup d'autres choses. Des éléments qui définissent notre rapport intrinsèque à notre culture, à notre environnement et à nos semblables. S'alimenter n'est pas anodin. Le choix de ce que nous mettons dans nos assiettes révèle qui nous sommes et même qui nous ne sommes pas. Il varie en fonction de notre milieu et de la classe sociale dont nous sommes issus. Il indique si nous sommes sensibles aux terroirs, à la malbouffe, au bio, au pas cher, au rapide, au gourmand, à notre santé, etc. La gastronomie permet ainsi de dresser une carte – au sens large et à l'instant T – de la gastronomie de la région où nous habitons.

Attachement local

Avec la sortie de l'édition 2019 du célèbre guide Gault & Millau il y a quelques semaines, l'occasion était belle de faire le point sur la gastronomie. Quelle est-elle? Quels sont ses codes? Comment se définit son implantation? Quelle est sa clientèle? Quel sera son avenir?

Avec 14 établissements figurant dans le prestigieux guide, le Jura et le Jura bernois n'ont proportionnellement rien à envier à d'autres régions malgré leur

nombre d'habitants plutôt restreint et leur position excentrée par rapport aux grands axes économiques. De là à évoquer un attachement local à des us et coutumes culinaires, il n'y a qu'un pas. Mais au fait, qu'est-ce qu'une gastronomie régionale? Pour Knut Schwander, responsable de l'édition romande du Gault & Millau, « c'est une démarche qui, prioritairement, se concentre sur les produits locaux. Elle intègre aussi la culture gastronomique locale, le savoir-faire, les habitudes et les recettes existantes, le tout dans un souci de réelle cohérence historique et de transmission aux générations actuelles et futures. » Le décor est planté et la définition du professionnel fait rêver.

Cuisine des villes

Force est de constater que, depuis trois décennies, l'évolution sociétale a profondément redéfini les contours de la gastronomie, et plus généralement ceux de la restauration. « Pour résumer, il existe aujourd'hui en Suisse deux sortes de gastronomies: celle des villes et celle des champs, souligne notre interlocuteur. En ville, on assiste à trois phénomènes. Le premier est l'émergence de concepts et de fast-foods clé en main. On ne parle donc pas ici de gastronomie au sens noble. À l'autre bout, il existe une cuisine de très haut vol, de luxe, particulièrement élaborée et très onéreuse. Enfin, dans la catégorie du « moyen de gamme », on observe, depuis quelques années, une sorte de « nouvelle gastronomie » avec

la création de petites entités pétillantes d'idées, des concepts urbains qui grappillent souvent leur inspiration ailleurs. Ce n'est pas là que se construit l'avenir de la cuisine, mais quand c'est bien fait, ça a le mérite d'interpeller, d'insuffler de l'exotisme et de ravir les papilles le temps d'une pause rapide. »

Cuisine des champs

Dans notre région en périphérie des grands centres, c'est donc bel et bien de la cuisine des champs, comme la nomme affectueusement Knut



Schwander, dont il est question. Celle des auberges de village, des tables rondes, des mets mijotés, des viandes de la ferme et des recettes jalousement gardées. Autant d'ingrédients du mystère culinaire qui charme les papilles des nombreux convives le temps d'un menu de midi goûteux ou d'une soirée sous le signe de la bonne chère. Mais cette vision tend à évoluer. Les adresses ne trouvant pas de repreneurs sont légion. Et il est courant de passer devant des établissements, auparavant témoins d'échanges sociaux, qui sont fermés, à vendre ou à louer.

Les raisons de ce déclin sont multifactorielles: taux d'alcoolémie au volant, déplacement professionnel des populations des villages vers les villes et leurs zones industrielles, pauses de midi raccourcies, frilosité des banques pour le soutien financier des restaurants de campagne, etc. La gastronomie locale à portée de tous subit donc aussi de plein fouet les changements organisationnels de notre société.



Les restaurants distingués par le guide Gault & Millau 2019 dans le Jura et le Jura bernois

- 18/20: **Georges Wenger, Le Noirmont**
- 16/20: **Hôtel du Cerf, restaurant Jean-Marc Soldati, Sonceboz**
- 15/20: **Le Château de Pleujouse, 2953 Pleujouse**
- 15/20: **Le Grillon, Les Prés-d'Orvin**
- 13/20: **L'Étoile, Perrefitte**
- 13/20: **La Bonne Auberge, Delémont**
- 13/20: **Komachi, Delémont**
- 13/20: **Métropole, Delémont**
- 13/20: **Auberge Saint-Hubert, Mormont**
- 12/20: **Le Soleil, Châtillon**
- 12/20: **Auberge du Mouton, Porrentruy**
- 12/20: **Restaurant de La Croix-Blanche, Rebeuvelier**
- 12/20: **Hôtel Restaurant de la Clef, Les Reussilles**
- Sans note: **Le Paysan Horloger, Le Boéchet** – Cédric Gigon a repris les lieux le 1^{er} décembre.

Former à la cuisine

Un autre élément de taille entraîne la disparition des établissements de petite taille dans les communes rurales: l'absence de formation en cuisine. «Attention, même il y a 30 ans, les choses n'étaient pas toutes noires ou toutes blanches. Ce n'est pas parce qu'un plat est réalisé de manière artisanale qu'il est bien fait. Mais une chose est certaine: pour qu'un restaurant soit cohérent, les personnes qui le tiennent doivent être formées. C'est impératif, surtout lorsqu'on connaît le nombre de sollicitations d'entreprises de produits alimentaires qui

font miroiter des miracles aux professionnels avec des produits tout faits», détaille Knut Schwander.

Mayonnaise en bidon, lasagnes à décongeler et autres jus d'orange pas du tout fraîchement pressés, sont solidement implantés dans de nombreux établissements. «On vend là l'idée du gain de temps et d'argent, alors qu'il n'en n'est rien. Il faut réfléchir à ce que l'on veut proposer d'un côté et à ce que l'on a envie de manger de l'autre, pour conserver une cohérence, clé du succès.»

Il faut dire que la restauration est l'un des rares métiers en Suisse pour lequel



on peut s'installer sans avoir au préalable suivi ni formation, ni cursus. « Ne pas passer par les garde-fous habituels peut avoir du bon si la personne possède un vrai talent, mais il faut avouer que c'est très rare. C'est comme si on confiait les clés d'une voiture à quelqu'un qui n'a pas le permis en lui disant : vas-y à fond, ça va aller. Eh bien non, ça ne va pas. »

Des îlots de gourmandise

Au milieu de ces bouleversements fleurissent pourtant des oasis gourmandes où les amateurs de bons plats se pressent. Des îlots de cuisine où les plaisirs de la table doublés d'un rapport qualité-prix remarquable font de la résistance avec brio. Le Soleil à Châtillon (12/20), Le Saint-Hubert à Courchavon (13/20), La Croix-Blanche à Rebeuvelier (12/20) ou encore L'Hôtel Restaurant de la Clef aux Reussilles (12/20) en font partie (voir notre liste complète page 6). « La clientèle cherche de plus en plus ces lieux de gastronomie. Cela n'a pas besoin d'être de très grandes tables onéreuses et sophistiquées. Juste des endroits où l'on peut se faire plaisir et redécouvrir l'authenticité grâce à des artisans de grand talent derrière les fourneaux. »

Le mirage des avis

Certains chiffres avancés par Pinterest indiquent qu'une photo sur quatre partagée sur ce réseau porte sur la cuisine. Quand à Instagram, l'application

affiche à ce jour plus de 304 millions de publications rien que pour le hashtag #food.

Alors, dans la jungle du Net, que penser des avis en ligne sur des sites mondialement connus comme TripAdvisor et sur lesquels sont aussi référencés des établissements de la région ? « C'est ouvert à tout le monde. C'est à la fois la force, mais aussi la très grande faiblesse du concept. Le risque est d'être dupé par des opinions dirigées, pour nuire ou promouvoir. Comment faire la part des choses dans ce cas ? » Or, force est de constater que les visites sur le tout jeune site internet de Gault & Millau ne cessent quant à elles d'augmenter. « Cela conforte une réalité : le public cherche des infos fiables et impartiales, selon des critères définis.

On peut ne pas être d'accord avec Gault & Millau, mais notre mission est d'amener nos lecteurs vers une bonne table, à l'instar d'un ami qui vous confie un bon tuyau. Si ce n'était pas le cas, les lecteurs nous auraient sanctionné et nous ne serions plus là depuis longtemps. »

Quelques produits phares typiques de la gastronomie régionale

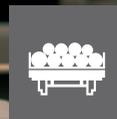
Tête de Moine AOP (voir pages 18 et 19) : la Tête de Moine AOP est plus âgée que la Confédération (1291). Elle est l'unique fromage AOP du Jura et du Jura bernois.

Damassine AOP : eau-de-vie de prune dont le nom est inspiré de la capitale syrienne, Damas – le fruit en est peut-être originaire.

Le toéché : seul gâteau à la crème de Suisse à être salé.

Saucisse d'Ajoie IGP (indication géographique protégée) : avec son IGP, elle ne peut être produite ailleurs que dans le district de Porrentruy. Une dizaine d'artisans bouchers la fabriquent.

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



Chemins de fer du Jura
les-cj.ch



MA BANQUE

L'hypothèque JuraFamille

Votre projet de vie prend forme avec des avantages exclusifs.
Economisez jusqu'à CHF 10'000.- la première année.
Renseignez-vous au 032 465 13 01.

JuraFamille
Hypothèque BCJ

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
2950 Courgenay
2720 Tramelan
2350 Saignelégier
2800 Delémont
4242 Laufen

032 494 55 88
032 471 16 15
032 487 59 77
032 951 17 22
032 422 56 44
061 761 17 85

www.atb-sa.ch
info@atb-sa.ch

Questions à :



Michel Schlup, historien, ancien directeur de la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel, rédacteur de la Nouvelle Revue neuchâteloise.

– En grand connaisseur du sujet, comment définiriez-vous la gastronomie ?

– Pour moi, elle se distingue clairement de la cuisine. La gastronomie, c'est un art précieux, raffiné et codé qui se fonde sur des savoirs et des pratiques élaborées.

– Vous vous êtes passionné, entre autres, pour la gastronomie jurassienne. Pourquoi ?

– De fait, j'ai commencé par la gastronomie jurassienne en m'intéressant de près à un repas très spécifique qui est celui qui a été donné à La Neuveville, en 1776, au prince-évêque de Bâle Frédéric de Wangen de Géroldseck. Je suis tombé par hasard sur la composition de ce repas que j'ai étudié de manière pointue. Je peux vous dire que

la gastronomie jurassienne à l'époque, je parle ici de haute gastronomie dans des sphères de très grande bourgeoisie, se voulait extrêmement raffinée. Les mets étaient particulièrement sophistiqués, influencés par la grande cuisine française, qui rayonnait alors dans toute l'Europe.

– Existe-t-il une gastronomie jurassienne en tant que telle ?

– Toute gastronomie est faite d'emprunts, c'est le cas de la gastronomie jurassienne, influencée par la gastronomie allemande, alsacienne ou française, mais elle a aussi développé quelques mets qui lui sont propres; les racines sont très « paysannes » et, à ce niveau-là, la Suisse romande possède une sorte de fonds commun qui s'explique historiquement. Le chou, qui nous vient des Allemagnes, se décline partout de la même manière, en choucroute ou en compote. L'usage du café s'est répandu partout à la même époque et se buvait de la même manière. L'arrivée de la pomme de terre dans le bassin culinaire romand a fait reculer la consommation des céréales, avec les pâtes, la tomate a introduit une gastronomie nouvelle dans nos régions... Il existe cependant quelques spécificités de terroir comme la longeole à Genève ou le toétché en Ajoie, mais en réalité les cuisines romandes sont très similaires.

– Vous avez écrit plusieurs ouvrages sur la gastronomie selon des angles spécifiques. Pourquoi ce choix de vous intéresser à la thématique culinaire ?

– Lorsque j'étais directeur de la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel, j'ai découvert que nous avions une collection exceptionnelle de

menus. Des menus princiers, royaux, d'Allemagne, de Russie, qui avaient été rassemblés par un collectionneur très érudit en la matière. Or, en cherchant des ouvrages pour approfondir la connaissance de cette collection, je me suis rendu compte que nous n'en n'avions pas. Ou très peu. Le constat fut le même dans de nombreuses autres bibliothèques de culture générale, publiques et universitaires. Ma curiosité était piquée et j'ai commencé une collection de livres sur ce thème et la gastronomie en général. J'étais assurément un précurseur à l'époque, car ce n'était pas considéré comme une démarche sérieuse.

– Pourquoi ça ?

– C'était tabou. Si on remonte un peu, dans les années 1930-40, il aurait été totalement inconcevable de faire entrer des ouvrages culinaires dans une bibliothèque universitaire ou d'étude et de culture générale. Je vais vous surprendre, mais aujourd'hui encore, ce n'est pas totalement acquis pour tout le monde. Il y a comme une gêne et il est vrai qu'on la ressent plus spécifiquement dans les cantons protestants, il faut l'avouer. Là aussi, l'explication est historique.



À la rencontre de trois professionnels



Catherine et Gérard Praud, restaurant Château de Pleujouse 15/20 Gault & Millau 2019

En s'installant au château de Pleujouse il y a 17 ans, Catherine et Gérard Praud souhaitaient un endroit à eux pour s'exprimer pleinement selon leur philosophie. Bien leur en a pris. Le restaurant séduit les gourmets d'ici et d'ailleurs. «Nous jouissons d'une clientèle de proximité, mais aussi d'une clientèle zurichoise ou encore lausannoise.»

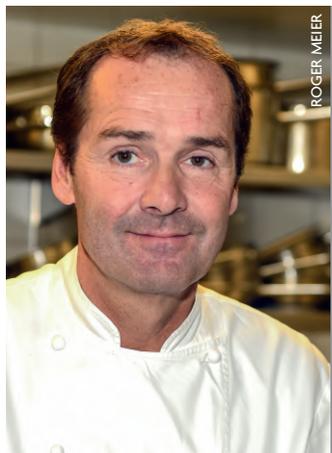
Preuve en est que l'implantation n'est pas la clé, mais bel et bien ce qui est proposé. Car un mot d'ordre anime les deux passionnés : redonner de la richesse au terroir. «Nous proposons une cuisine juras-

sienne entièrement cuisinée maison avec des matières premières qui se situent à moins de 20 km à vélo autour du restaurant, hormis certains produits de la mer et épices, bien sûr.» Les plats ne sont pas pour autant traditionnels. Ici, la mission est de sublimer les produits locaux. Et les fines bouches de tous âges ne s'y trompent pas, puisque la jeune génération des 20-25 ans aussi fréquente les lieux à diverses occasions. «C'est important, car c'est cette génération qui va transmettre le patrimoine.» Car que l'on ne s'y trompe pas : de plus en plus de clients sont sensibles

au travail de qualité : «Je ne pense pas qu'opter pour la facilité avec des produits pré-travaillés soit payant. Je suis persuadé qu'il existe une place pour les petites structures comme les nôtres, car c'est aussi une manière de rendre attentif chacun sur le fait que nous avons un patrimoine et qu'il faut le préserver. Et puis, il faut soutenir le monde paysan. Pas dans dix ans, mais maintenant.»

Respecter le travail du secteur agricole, découvrir ses produits, se fournir auprès de lui, l'encourager, une évidence pour Catherine et Gérard Praud.

Jean-Marc Soldati Hôtel-Restaurant du Cerf, Sonceboz 16/20 Gault & Millau 2019



ROGER MEIER

Adepte de la pureté des goûts, des saveurs et des cuissons, Jean-Marc Soldati prône une cuisine magnifiée dans la simplicité, « au-delà de trois saveurs dans une assiette, les sens sont troublés », confie le professionnel chez lequel se pressent gourmands et gourmets de tous horizons. Il faut dire qu'ici on ne parle plus de cuisine, mais bel et bien d'art culinaire. De fait, les produits locaux se

font régulièrement une place dans les plats proposés par le chef, au côté d'autres produits comme ceux de la mer, à l'instar des crustacés et autres coquillages. « Toutes les matières premières et produits de base sont de la région, détaille notre interlocuteur. Comme par exemple les œufs, les chanterelles, le lard, le fond de volaille, etc. » Les poissons du lac aussi se font la part belle une fois travaillés par le maestro. « C'est aussi selon la pêche du jour des deux professionnels qui nous livrent. »

Car chez Soldati, on ne badine pas avec de nombreuses exigences, dont deux en particulier : la traçabilité et le fait maison de A à Z. Des mets authentiques et non transformés de manière industrielle sont le leitmotiv de cette adresse hors norme. « Il est illusoire de croire que les produits déjà faits sont moins chers et permettent un gain de temps. C'est un faux calcul, que ce soit dans un restaurant comme à la maison, d'ailleurs. »

Proximité avec les éleveurs et les agriculteurs locaux, pérennisation des marchés, gestion des déchets alimentaires, les sujets ne manquent pas dès lors qu'on engage la conversation avec le cuisinier de renom. « Nous essayons à notre niveau de transmettre l'appréciation des saveurs et le goût des bonnes choses. »

Fabien Mérillat Hôtel-Restaurant de l'Étoile, Perrefitte 13/20 Gault & Millau 2019



ROGER MEIER

Avec un niveau d'exigence placé haut et une attention particulière à la qualité et à la provenance des produits, Fabien Mérillat prône une cuisine authentique. « Je ne pourrais jamais donner à déguster à mes clients des plats que moi-même je ne mangerais pas. C'est inconcevable », explique notre interlocuteur. à la question de savoir quelle est sa définition de la gastronomie, le professionnel sourit : « Elle

englobe la cuisine qui se pratique dans les restaurants, mais forte d'un savoir-faire, de très bonnes connaissances culinaires et d'une solide formation. C'est davantage que simplement cuisiner. »

Voici précisément la philosophie du chef qui sélectionne uniquement des produits frais, non dénaturés et travaillés maison. « Vous savez, les gens voyagent, testent des tables à l'étranger, regardent des émissions culinaires, comparent. Ils ne sont pas dupes. La qualité et la fraîcheur sont cruciales, tandis que miser sur les mets locaux est aussi un autre avantage indéniable. »

Dans une région qualifiée de verte, où la nature prédomine, la proximité s'inscrit comme une valeur ajoutée : « Nous pouvons facilement transformer cet atout au quotidien en avantage à la fois pour la clientèle, pour les acteurs agricoles et pour les producteurs », explique Fabien Mérillat, qui n'hésite pas à noter les provenances locales de ses différents mets, à l'instar du rôti de veau de Chevenez.

Pourtant, un bémol vient ternir le tableau : le manque de restaurants dans la région. « Une dynamique est indispensable et la concurrence saine dans notre qualité de restauration est importante pour une région comme la nôtre afin d'inciter les gens à sortir ici, se faire plaisir, découvrir, tester, etc. Les raisons sont diverses, mais le manque de cuisiniers et de formation est un des points évidents de ce constat. »

Mais alors, malgré tout, est-ce que l'avenir de la restauration est local ? « J'aimerais en être persuadé ! »

Terroir, gastronomie et tourisme, une union sacrée

Le terroir et la gastronomie sont des axes importants du point de vue touristique pour le Jura bernois. Ces thèmes font d'ailleurs partie des domaines d'activités stratégiques de la destination touristique Jura & Trois-Lacs.

Avant toute communication, il s'agit de produire, transformer, façonner la matière première. Et le mérite en revient aux agriculteurs qui fournissent cette matière première aux artisans qui la transforment et aux restaurateurs/métayers qui utilisent les produits.



Guillaume Davot,
directeur
de Jura bernois Tourisme

Le terroir et la gastronomie, des alliés du tourisme

Selon une récente étude internationale (World Food Travel Association, 2016), 93% des voyageurs d'agrément (hors voyages d'affaires) participent à des activités spécialement liées à la nourriture ou aux boissons lors de voyages et 49% peuvent être qualifiés de touristes culinaires.

Les activités culinaires les plus susceptibles de motiver un voyage sont les dégustations de produits locaux, la visite d'un restaurant célèbre, la participation à un brunch, à un festival culinaire, de bière ou de vin ou encore à un tour guidé. Le Jura bernois n'échappe pas à cette règle. De nombreuses offres touristiques

permettent de répondre aux demandes des visiteurs: Centre de visiteurs CHEZ Camille Bloch à Courtelary, Maison de la Tête de Moine à Bellelay, fumoirs de Champoz ou du Banneret Wisard à Grandval, caves à La Neuveville/Chavannes au bord du lac de Biènn, brasseries artisanales BLZ à Orvin et Bières & Co à Corgémont, métairies fabriquant du Gruyère d'Alpage Chasseral AOC (Pierrefeu, Bois Raiguel et Petite Douanne), boissons alcoolisées Gagynole à Souboz, fromageries avec leurs propres spécialités et produits laitiers dérivés, restaurants classés Gault & Millau (La Clef aux Reussilles 12 points, L'Étoile à Perrefitte 13 points, Le Grillon aux Prés-d'Orvin 15 points, Le Cerf à Sonceboz 16 points...).

Les touristes d'aujourd'hui sont en attente d'expériences, de liens avec les habitants et artisans/producteurs d'une région, de diversité et de découvertes. Les visites liées au terroir et à la gastronomie leur offrent tout cela à la fois.

Les métairies, une spécificité du Jura bernois

L'histoire de la cinquantaine de métairies du Jura bernois remonte au XIV^e siècle. Autrefois, elles servaient aux nombreuses communes alentour d'espace d'estivage pour le bétail.

Les habitants des métairies ont su développer des stratégies particulières pour lutter contre les conditions climatiques rudes et l'isolement. C'est ainsi que sont nées des coutumes et des traditions qui perdurent aujourd'hui encore dans les métairies et qui sont transmises aux visiteurs.

Il est ainsi possible d'assister à la fabrication traditionnelle du fromage d'alpage ou de goûter la gentiane maison. Depuis plusieurs années, huit métairies du Jura bernois proposent l'Assiette Chasseral. Cette assiette est un plat 100% régional. Les métairies qui la proposent respectent la charte du terroir de la Fondation Rurale Interjurassienne. Les ingrédients sont au bénéfice des

marques «Jura bernois Produits du terroir» et «Produit du terroir Neuchâtel» ou sont produits directement dans la métairie.

Le guide *Métairies et auberges de campagne du Jura bernois*, édité annuellement à 10 000 exemplaires par Jura bernois Tourisme, connaît toujours un énorme succès.

Les menus traditionnels comprennent souvent les immanquables röstis, le jambon à l'os, les mets au fromage et, selon la saison, la chasse ou la bouchoyade.

Le terroir et la gastronomie, des vecteurs de communication

La communication intersectorielle est de plus en plus importante.

Le meilleur exemple régional réside dans la volonté de l'Interprofession Tête de Moine de s'allier au domaine touristique et culturel et de communiquer conjointement avec la mise sur pied d'une exposition de sculptures sur foin, par l'Interprofession, à la Maison de la Tête de Moine à Bellelay, de mai à octobre dernier, et de la Fête de la Tête de Moine, annuellement, lors du premier week-end de mai.

D'autres manifestations importantes ont un lien fort avec le terroir et la gastronomie: la foire de Chaindon, la Fête du Vin à La Neuveville et diverses journées caves ouvertes, les saucisses au marc toujours au bord du lac de Biemme, le marché automnal de Champoz, les marchés paysans de Loveresse et de Moutier...

Certaines fromageries régionales ont même dénommé leurs créations fromagères de lieux-dits de la région: l'Éoliennette, la Tanne, le Mont-Soleil, l'Imier, l'Œil de Crosin, le Chasseral aux herbes, le Creux de Glace, l'Erguël, le Cortébert, le Niola du Chasseral,

les tommes de La Chaux-d'Abel, des Reussilles, de Monible.

Les marques des produits régionaux sont aussi des vecteurs de communication importants. Dans le Jura bernois, deux marques sont à mettre en exergue:

- Produits labélisés parcs suisses: Parc régional Chasseral.

Ce label garantit que les produits sont nés et ont été travaillés au sein du Parc régional Chasseral dans une éthique de développement durable. Tous respectent par ailleurs le cahier des charges de la marque régionale «Jura bernois Produits du terroir».

- Produits régionaux labélisés: Jura bernois produits du terroir.

Tout un collectif s'engage, à travers les marques régionales, à garantir:

- des matières premières de la région;
- une transformation dans la région;
- une traçabilité et une sécurité (certification OIC);
- un soutien à notre agriculture et à notre économie locales.

Le terroir et la gastronomie, des liens forts pour diverses organisations

Le magazine *Terroir à savourer* (60 000 exemplaires, 48 pages en français et en allemand) est né de la volonté de huit institutions (Fondation Rurale Interjurassienne, Neuchâtel Vins et Terroir, Jura & Trois-Lacs, le Parc régional Chasseral, le Parc naturel régional du Doubs, Jura bernois Tourisme, Jura Tourisme et Tourisme neuchâtelois), de promouvoir de façon commune les thèmes des goûts et des saveurs.

Bien d'autres projets ont déjà été réalisés dans ce domaine entre ces différentes organisations et ce magnifique outil de communication augure d'un bel avenir commun sur la thématique terroir et tourisme.

Les producteurs et leurs savoir-faire exceptionnels sont mis en avant avec des portraits ou de petites interviews.

Enfin, de nombreuses bonnes adresses permettent aux visiteurs de savoir où déguster et acheter les produits présentés et un agenda recense les événements gourmands.

La brochure a été réalisée avec la complicité des nombreux producteurs au bénéfice des labels «Spécialité du canton du Jura», «Neuchâtel Vins & Terroir» et «Jura bernois Produits du terroir».

À travers l'identité commune «Regio Garantie», ces labels garantissent des valeurs importantes pour une telle brochure, à savoir la qualité, la matière première locale, la transformation dans la région, la traçabilité et le soutien à notre agriculture et à notre économie.

Dans le même ordre d'idée, la Fondation Rurale Interjurassienne, Jura Tourisme et Jura bernois Tourisme ont lancé conjointement un grand sondage pour mieux connaître les habitudes de consommation des produits régionaux et renforcer les synergies entre le tourisme et le terroir (dans le cadre d'un projet Interreg), deux secteurs économiques qui se complètent.

Ainsi, la perception des résidents de la région, des visiteurs extérieurs, mais aussi des professionnels (producteurs, restaurateurs, partenaires touristiques) est un aspect primordial de la réussite de cette enquête.

Le Jura bernois est une région privilégiée quant à la richesse de son terroir et de sa gastronomie.

Les liens de plus en plus forts entre terroir, gastronomie et tourisme sont de très bon augure pour l'essor de notre région.

Les acteurs concernés en sont d'ailleurs très conscients et utilisent fortement ce potentiel de rayonnement.

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

Tél.: 032 421 42 80

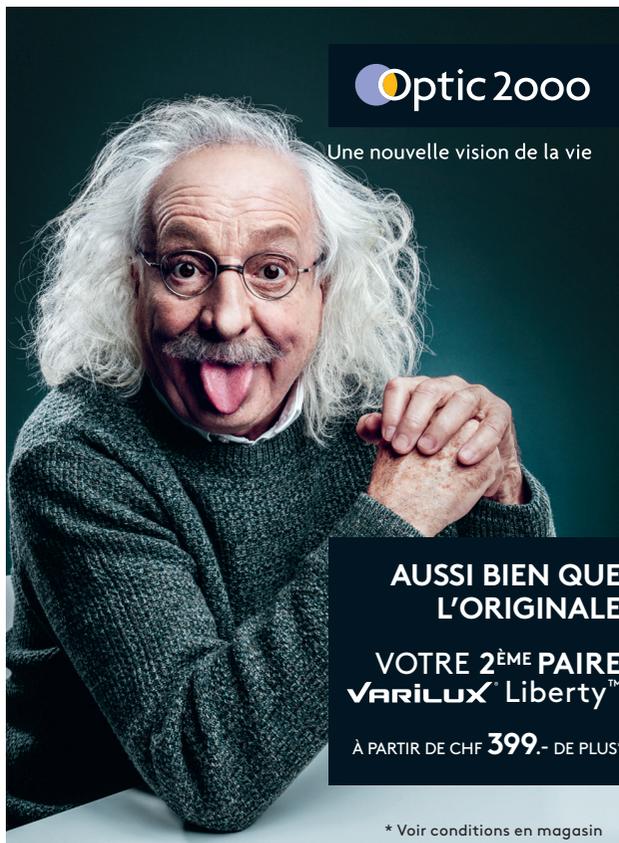
Rue de la Jeunesse 2, 2800 Delémont

d | **demotec**
graphisme imprimerie
PORRENTRUUY
Tél. 032 466 28 28 www.demotec.ch

*L'imprimerie proche
des Jurassiens*

Le clin d'œil de Bovée





Optic 2000

Une nouvelle vision de la vie

AUSSI BIEN QUE L'ORIGINALE

VOTRE 2^{ÈME} PAIRE VARILUX Liberty™

À PARTIR DE CHF 399.- DE PLUS*

* Voir conditions en magasin

Optic 2000 Marquis

Place de la Gare 9 - 2800 Delémont - 032 423 13 31



syner J
agence média

Votre interlocuteur pour réaliser et diffuser votre annonce publicitaire dans la revue *Défis*.

Delémont / Moutier / Porrentruy
www.syner-j.ch

Pour aller loin tout en restant proches.

ENTREPRISE DU 
GAZ  S.A.

**CHAUFFAGE | SANITAIRE
DEPANNAGE 24/24 | SERVICE DES EAUX**

Porrentruy | 032 465 96 20
Delémont | 032 422 29 25
info@gazsa.ch | www.gazsa.ch

depuis 1904 seit 1904 dal 1904 since 1904



Du champ à l'assiette, il n'y a qu'un pas



Guillaume Lachat,
directeur
de Jura Tourisme

Un samedi de septembre parmi tant d'autres, au cœur des pâturages boisés francs-montagnards. Le soleil réchauffe un air qui prend gentiment ses allures automnales. La luminosité est d'une clarté photographique. J'arrive aux heures de midi sur cette terrasse de restaurant, dont on m'a dit le plus grand bien.

Assis à une belle table en bois et distrait par un panorama champêtre, à l'abri d'un tilleul, je consulte la carte digne d'un ouvrage de botanique. Sureau, thym, serpolet, ail des ours, bourgeons de sapins et autre asperule odorante se côtoient. J'aperçois le cuisinier traverser la terrasse pour se rendre dans son potager. Du champ à l'assiette, il n'y a qu'un pas. C'est là que réside une des forces de la restauration jurassienne. Les liens sociaux entre la population, les producteurs et les restaurateurs sont restés forts dans ce terroir forgé durant des siècles. Ce n'est ainsi bien entendu pas un hasard si le concours suisse des produits du terroir a lieu tous les deux ans dans le canton du Jura, à Courtemelon.

Sous la férule du restaurateur de renommée internationale Georges

Wenger, qui a dressé les produits du terroir au rang de pépites d'or à valoriser, de nombreux restaurateurs ont réinterprété à leur sauce les produits fournis par la terre jurassienne.

Intérêt relativement récent du public pour les produits du terroir

L'intérêt relativement récent du plus grand nombre pour la qualité des produits consommés renforcera les convictions de ces pionniers.

Les projets touristiques d'envergure menés ces dernières années pour valoriser un produit international comme la Tête de Moine, le damasson avec la récente ouverture d'Ô Vergers d'Ajoie, musée suisse des fruits et de la distillation, et la toute imminente ouverture de la Fromagerie du Noirmont, vont encore contribuer à créer un lien direct entre producteur, restauration et consommateur. La célèbre Saint-Martin participe aussi de cette tendance.

L'expérience culinaire est importante aussi dans un séjour touristique. Une belle terrasse, un bon accueil, la découverte de mets bien apprêtés participent aux bons souvenirs d'un voyage.

À quelques exceptions notaires près, un restaurant ne justifie pas un séjour, mais c'est un élément incontournable de l'expérience de voyage. Nous le constatons tous les jours et encore plus depuis une année avec le magazine *Terroir à savourer*, que nous avons édité avec les institutions de promotion des produits du terroir, les parcs naturels et les Offices

de tourisme des cantons du Jura et de Neuchâtel, ainsi que du Jura bernois. Ce magazine part comme des petits pains et les touristes le conservent précieusement, car il met en scène ce terroir si riche.

Mettre en scène, tel est le maître-mot. La restauration n'est plus uniquement un métier de bouche. Les gens dégustent aussi avec les yeux, boivent les paroles authentiques et autres anecdotes des professionnels.

Belle collaboration avec GastroJura

C'est dans ce sens qu'avec GastroJura, nous organisons, depuis quatre ans, le concours de la plus belle terrasse du canton du Jura dans le but d'appuyer les restaurateurs qui vouent un soin particulier à l'esthétique de leurs terrasses.

Nous avons pu constater qu'un mouvement positif est en marche et que de magnifiques terrasses fleurissent aux quatre coins du canton du Jura.

Cette mise en scène est aussi un réel défi pour l'avenir.

Dans un métier où les heures ne peuvent plus être comptées, il s'agit d'y adjoindre encore en plus des compétences en marketing.

Avec les habitudes de consommation qui évoluent, les restaurants doivent désormais créer l'événement en permanence pour attirer la clientèle.

De nouveaux modèles de collaboration doivent être inventés et Jura Tourisme souhaite y apporter son soutien, notamment en lien avec son partenaire principal qu'est GastroJura.

La Tête de Moine AOP – reflet du dynamisme économique jurassien



Olivier Isler,
gérant de l'Interprofession
Tête de Moine

Les ventes de Tête de Moine AOP ont évolué de manière assez extraordinaire. Alors que 200 tonnes étaient écoulées en 1982, année du lancement de la Girolle® inventée par Nicolas Crevoisier, les ventes de Tête de Moine ont plus que doublé ces vingt dernières années, pour passer de 1200 tonnes en 1997, au chiffre record de 2528 tonnes en 2017. Pour l'année sous revue, 28 770 000 kilos de lait ont été transformés en Tête de Moine, ce qui représente une production de plus de trois millions de meules ou 8300 Têtes de Moine par jour en moyenne.

En 2017, les exportations de Tête de Moine se sont élevées à un niveau record de 1576 tonnes.

Depuis 1997, les ventes à l'étranger ont triplé et représentent aujourd'hui 62% du volume total.

Notre produit est actuellement exporté dans plus de quarante pays. Si la Tête de Moine AOP a incontestablement profité de la libéralisation réciproque du commerce de fromage entre la Suisse et l'Union européenne, cette évolution est d'autant plus remarquable qu'il fallait dépenser 1 fr. 65 pour obtenir un euro lors de l'entrée en vigueur du libre-échange fromager au 1^{er} juin 2007, contre 1 fr. 17 seulement à fin décembre 2017.

La Tête de Moine génère aujourd'hui plus de 70 millions de francs de valeur ajoutée, dont plus de 50% sont réalisés au sein de l'aire géographique de l'appellation.

La première étude relative à l'importance socio-économique de la Tête de Moine a été publiée en 1999 et les derniers chiffres disponibles datent de l'année 2016.

Durant cette période, la valeur ajoutée de la filière a augmenté de 27 millions de francs ou de 60%. Créatrice de valeur et de près de 370 emplois, la filière Tête de Moine occupe aujourd'hui une place prépondérante dans le paysage économique et touristique du Jura et du Jura bernois.

Un cahier des charges très strict

La production de Tête de Moine est soumise à des règles très strictes et le lait ne peut être recueilli que dans un bassin d'approvisionnement défini, la zone d'origine de l'appellation d'origine contrôlée (AOC). La clé de son succès réside dans le caractère unique lié au savoir-faire de la filière fromagère de l'Arc jurassien, qui passe par une maîtrise sans faille de toutes les étapes de la production laitière, sa transformation et son affinage.

La région

La région d'origine est une zone montagneuse en majeure partie située entre 700 et 1100 m d'altitude. Le climat assez rude empêche le démarrage précoce de la végétation au printemps. La situation

géographique et le climat de la région d'origine de la Tête de Moine, Fromage de Bellelay imposent par nature une production herbagère et le pâturage.

Dans les régions les plus élevées surtout, le sol calcaire et poreux n'autorise que les pâturages maigres, qui influencent positivement la qualité du fourrage, la santé des animaux et la qualité du lait servant de matière première.

Très fortement représentées, les prairies naturelles à la flore très diversifiée et riche sont à l'origine de la saveur unique du produit.

La fabrication

La transformation du lait est effectuée dans un délai le plus bref possible, au maximum 24 heures après la traite, afin de conserver au lait toutes ses qualités. Elle est réalisée en fromageries villageoises, selon des méthodes ancestrales définies dans le cahier des charges de l'AOP.

La seule manipulation technique autorisée du lait, avant sa transformation, est un léger écrémage. Seule l'adjonction de présure et de cultures naturelles est autorisée pour la fabrication.

L'emploi d'organismes génétiquement modifiés et de produits issus de tels organismes, ainsi que l'ajout d'additifs sont interdits. Le lait doit être transformé dans des cuves en cuivre afin de garantir la qualité du fromage.

Le produit

La Tête de Moine, Fromage de Bellelay est un fromage à pâte mi-dure et à



La Tête de Moine, un facteur économique important pour la région.

croûte lavée, qui est fabriqué à partir de lait cru de non-ensilage. Le produit parvenu à maturité doit sa saveur intense et particulière aux herbages et aux liens avec le « terroir ». La teneur en matière grasse donne toute sa finesse à la pâte du produit.

Pour déguster la Tête de Moine, Fromage de Bellelay, il ne faut pas couper le fromage, mais le racler en rosettes de faible épaisseur directement après sa sortie du réfrigérateur. Le raclage modifie la structure de la pâte; la plus grande surface mise en contact avec l'air met particulièrement en valeur l'arôme typique de la Tête de Moine, Fromage de Bellelay et permet de mieux la savourer.

On raclé le fromage avec le couteau placé à angle droit du plan de raclage, comme le faisaient déjà les moines de

l'abbaye de Bellelay, ou à l'aide de la Girolle®, l'invention géniale de Metafil SA, à Lajoux, mise sur le marché en 1983.

La Tête de Moine correspond aux besoins du consommateur en produits traditionnels. Elle est le reflet du plaisir généré et la dimension culturelle liée à certains produits traditionnels ancrés dans les régions.

Pour terminer, elle propose également un modèle de développement qui ne se base pas sur la croissance de la production et la concurrence au niveau des prix, mais sur des particularités qualitatives.

Une fête pour la Tête de Moine

L'Interprofession Tête de Moine, en collaboration avec la Chambre d'agriculture du Jura bernois, Agrijura, Jura

bernois Tourisme, la Fondation Rurale Interjurassienne, ainsi que la commune de Saicourt, organise la Fête de la Tête de Moine chaque année, le week-end du premier dimanche de mai.

L'objectif était de créer un événement de qualité, convivial, permettant de présenter le savoir-faire du monde agricole et des artisans des métiers de bouche de notre région.

Un marché du fromage et des produits régionaux, des expositions originales, des animations musicales, des plaisirs de la table, le patrimoine agricole de la région et des activités attractives organisées sur le site historique qui a vu naître la Tête de Moine, ravissent le public. Les activités culturelles ont également la part belle sur le site de Bellelay et permettent de tisser un lien entre la culture et l'agriculture.

Recette exclusive pour *Défis*

Le dos de saumon de fontaine rôti, chanterelles, copeaux de Tête de Moine. Le potimarron, la damassine.

Nombre de personnes : 4 / Temps de préparation : 30 minutes.

Ingrédients

2 pièces beau filet de saumon de fontaine (pisciculture Choulat) désarêtés
250 g chanterelles
500 g potimarron

Pâte à croustillant

40 g eau froide
1 pièce œuf
1 pièce jaune d'œuf

100 g farine
PM sel fin

Éléments de finition

100 g beurre
2 CS huile d'olive
2 CS damassine
2 CS crème battue
PM sel fin, poivre blanc, muscade, fleur de sel

Préparation :

Mélanger sans excès les éléments de la pâte à croustillant avec une cuillère à soupe. Remplir un petit cornet en papier sulfurisé. Préparer une plaque pour le four avec une natte de cuisson. Réaliser dessus les quadrillages. Cuire dans un four à air chaud, chaleur tournante, jusqu'à coloration.

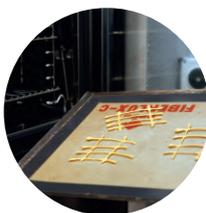
Couper en gros cubes le potimarron, cuire à la vapeur, ainsi que les parures.

Préparer les chanterelles, les laver soigneusement, les éponger, les cuire « croquant », à l'huile d'olive, réserver.

Procédé :

Faire fondre, avec la moitié du beurre, les parures de potimarron, saler légèrement, ajouter une cuillère à café de maïzena délayée dans de l'eau froide, cuire quelque peu, mixer. Réserver au chaud.

Couper en deux chaque filet de saumon de fontaine, assaisonner, fleur de sel, poivre blanc.



Finitions :

Réchauffer les chanterelles avec un tout petit peu de beurre, assaisonner. Ajouter la crème battue au coulis de potimarron, parfumer avec la damassine et la muscade. Donner un petit coup de chaud aux dés de potimarron (vapeur ou eau frémissante).

Mettre dans une poêle anti-adhésive le restant de beurre, un peu d'huile d'olive, colorer côté peau les filets de saumon de fontaine, retourner au bout de deux minutes, finir la cuisson rapidement.

Dressage :

Mettre en premier, dans les assiettes creuses, les dés de potimarron, le coulis, le croustillant.

Disposer, ensuite, le demi-filet de saumon. Décorer avec les chanterelles et les copeaux de Tête de Moine.





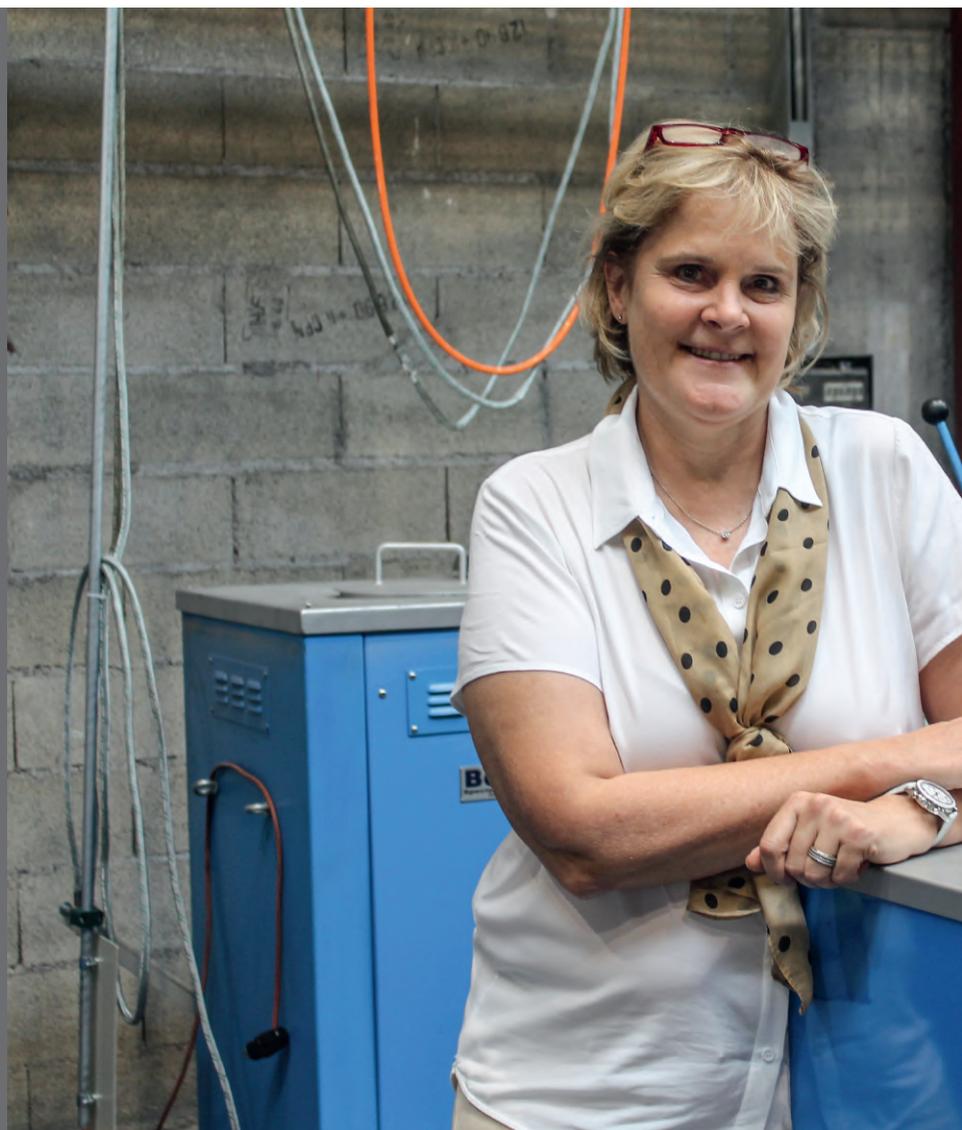
CHÂTEAU DE PLEUJOUSE

Catherine Praud-Prongué
Gérard Praud

Artisans cuisiniers
Passion et convivialité



SOLO Swiss, à Porrentruy, construit des fours industriels pour le traitement thermique des métaux depuis 1924. L'entreprise familiale, qui a pignon sur le monde, se développe dans l'industrie 4.0 et se bat pour trouver la main-d'œuvre qualifiée indispensable à ses activités, contre les effets du franc fort et avec des contraintes administratives parfois lourdes. Rencontre avec Anne-Sophie Spérisen, présidente et CEO.



« Je suis optimiste de nature »

Par Didier Walzer



DIDIER WALZER

– J’imagine que l’industrie 4.0 est un axe de développement pour vous ?

– Anne-Sophie Spérisen: Absolument. Par industrie 4.0, on entend la récolte de toutes les données disponibles sur une machine pour les convertir en informations ou «impulses» pour d’autres vecteurs – remontées dans l’ERP (Enterprise Resource Planning), par exemple. Il s’agit aussi de données informatives pour charger et décharger des informations sur la maintenance d’une machine. Des alertes se produisent en effet si un moteur arrive progressivement en bout de course. Ce peuvent en outre être des données de gestion remontées au cockpit de pilotage.

– Le potentiel est-il important en termes d’industrie 4.0 dans votre entreprise ?

– Oui. Sur nos types de machines, toutes les informations sur chacune d’elles peuvent potentiellement être remontées en amont ou en aval à propos du chargement et du déchargement, comme évoqué. Lorsque le tapis est vide, il faut le recharger. Des alarmes existent déjà sur les machines, mais elles pourraient être connectées ailleurs, sur des interfaces. L’industrie 4.0 pourrait également être focalisée sur la maintenance. Ainsi, on pourrait très bien imaginer donner des lunettes spécifiques aux responsables de la maintenance du client et nous piloterions celles-ci à distance. Notre objectif est vraiment de faire en sorte que l’industrie 4.0 soit un vrai plus pour le client, pour la production, la maintenance, la surveillance, la productivité des machines et le cockpit de gestion.

– On a parfois tendance à mettre tout et n’importe quoi dans l’industrie 4.0. Mais de quoi s’agit-il exactement ?

– C’est l’extraction et le traitement des données d’une manière inédite. Dans l’industrie 4.0, on essaye de lier les nouvelles technologies, les nouveaux processus avec, précisément, cette industrie 4.0. En fin de compte, il s’agit presque de la création de nouveaux produits. C’est la raison pour laquelle nous disposons, depuis deux ans, d’un ingénieur entièrement dédié à cette tâche, même s’il n’est pas tout seul à s’en occuper. Il doit être parfaitement au fait de l’IT et de toutes les nouvelles technologies et possibilités qui y sont liées, car cela évolue en permanence.

– Quid de la maintenance ?

– Il s’agit pour nous d’un thème primordial. Nous réalisons, à ce propos, des portails par client. Ils peuvent se connecter à distance et suivre la traçabilité de la machine et ainsi voir le processus global de la pièce. Nous tentons de placer des capteurs partout sur la machine. Ils génèrent des informations importantes, qui peuvent ensuite être retransmises sous une forme cohérente, intelligente et intelligible au client, selon ses besoins. Nous devons en fait rendre toutes les informations importantes disponibles pour le client sous la forme qu’il souhaite. Exemple: l’intégralité de l’historique de la maintenance de son four.

À la recherche de spécialistes IT

– Toujours à propos d’industrie 4.0, trouvez-vous les compétences nécessaires dans le Jura ?

– Non, ce n’est pas évident. Il y a peu d’écoles formatrices. Et ce sont surtout des spécialistes IT que nous recherchons, spécifiquement pour l’industrie 4.0, mais qui doivent aussi comprendre la technique. Il nous faut à la fois des experts IT et des ingénieurs mécaniques et électriques. Nous sommes ici dans une région de microtechnique, ce qui ne correspond pas à notre domaine d’activité.



Stores intérieurs et extérieurs
 Pergolas et abris de terrasse
 Volets aluminium • Portes de garage
 Moustiquaires • Service, réparations

Rue Sedrac 22 – 2950 Courgenay

T 032 471 21 31

www.monsieurstore.ch

JURATEC^{sa}

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



www.usm.com

ENTRE USM ET VOUS,
 UNE QUESTION
 DE FORME
 ET DE COULEUR.



villat bureau

Etude et aménagement 2800 Delémont, 032 422 09 94, www.villat.ch

– L’avenir de SOLO passe par...

– ...le processus du four, c’est-à-dire tout ce qui se passe à l’intérieur de celui-ci et sur le pilotage de la machine. Le client souhaite de plus en plus des pièces qui ne doivent pas être redressées après traitement, capables de supporter une certaine production par charge – kilo de production par charge – et tout ce que va nous apporter l’industrie 4.0. La complexité des pièces, les nouveaux matériaux à traiter, voici notre avenir. Il s’agit là du pilotage du four, soit le processus ; c’est la métallurgie pilotée par le processus.

La difficulté de produire en Suisse

– Pourrez-vous continuer à produire en Suisse ?

– C’est un défi, car nous exportons dans le monde entier, mais notre technologie est de niche. Il convient d’ajouter le problème du franc fort. Trouver de la main-d’œuvre qualifiée, on l’a vu, est en outre un vrai problème, surtout lorsque le marché du travail est en bonne santé. C’est un véritable enjeu pour nous. Une autre difficulté réside dans la complexité des normes et règlements, qui deviennent toujours plus lourds administrativement. Parallèlement, il s’agit d’une chance pour nous, car nous sommes aptes, avec nos compétences techniques, à répondre à toutes les nouvelles normes. Enfin, rester compétitif, au niveau des prix, est un défi. Ça rejoint la problématique de continuer à produire en Suisse. Avec l’essor informatique, la digitalisation, nous disposons heureusement de pistes pour améliorer encore la productivité.

– Êtes-vous optimiste ?

– Je le suis de nature, même si c’est une lutte au quotidien. Il y a tellement de paramètres qui peuvent bouger à toute vitesse. Par bonheur, les marchés sont stables pour l’instant, nous bénéficions

d’une bonne croissance dans la plupart d’entre eux et disposons de produits de qualité adaptés à nos marchés. Nous pouvons enfin compter sur une super équipe et avons des développements en vue.

– Que peut-on dire du marché chinois ?

– Au début, soit dans les années 1970 et 1980, nous vendions nos fours à des centrales d’achat chinoises. Et nous avons aussi eu des représentations là-bas. Dans les années 2000, nous nous sommes lancés dans un partenariat avec une entreprise sur place. Et, actuellement, nous fonctionnons avec une unité de production à Shenzhen, comptant une centaine d’employés et gérée par une famille, dont les membres sont devenus des amis. C’était nécessaire et plus avantageux pour nous de produire sur place en

raison d’une volonté gouvernementale plaçant pour un essor des activités étrangères sur sol chinois.

– Comment décririez-vous l’effet femme à la tête d’une entreprise ?

– Personnellement, ça ne me pose aucun problème. Je suis très à l’aise avec ça. Certains interlocuteurs sont déstabilisés, car une femme est peut-être plus directe qu’un homme. On ose poser des questions, on est plus tenace. J’ai toujours grandi en étant la seule fille ou une des rares femmes : il y en a très peu dans le milieu industriel, ce que je regrette. Il n’y a aucune différence dans la manière de diriger entre un homme et une femme. Ça dépend juste du caractère et de la sensibilité. J’apprécie d’être dans les ateliers. J’y descends deux fois par jour.

www.solo.swiss

À propos d’Anne-Sophie Spérisen

La Bienneoise (mais qui se considère aux trois quarts jurassienne) Anne-Sophie Spérisen, 54 ans, dirige l’entreprise SOLO Fours industriels SA depuis 2001. Elle a succédé à son père. Quelque 80 collaborateurs travaillent au siège de Porrentruy (JU) et une vingtaine d’autres sont répartis entre les succursales de Bienne et de France. Ce qui fait une centaine d’employés au total. Deux cents avec la Chine.

Avant SOLO, Anne-Sophie Spérisen, titulaire d’un master en sciences économiques de l’Université de Neuchâtel, a fait du marketing industriel dans une entreprise de sous-traitance automobile à Detroit, aux États-Unis, avant d’occuper

diverses fonctions dans le controlling et les finances dans plusieurs entreprises industrielles en Suisse. La cheffe d’entreprise fait partie d’une commission extraparlamentaire bernoise, le Forum PME, du conseil d’administration de la SERV (Assurance suisse contre les risques à l’exportation). Enfin, elle est membre du comité romand de Swissmem (association faïtière des PME et des grandes entreprises de l’industrie suisse des machines, des équipements électriques et des métaux – industrie MEM –, ainsi que des branches technologiques apparentées), ainsi que de celui de la Chambre de commerce et d’industrie du Jura (CCIJ).

Fin septembre, dans les contrées de Caroline du Nord, Steve Guerdat a remporté la médaille de bronze des Jeux équestres, les Championnats du monde de sa discipline. Cette nouvelle performance de haut vol vient consolider le palmarès exceptionnel du cavalier, champion des champions jurassiens, personnalité forte devenue la référence de son sport.



Le cavalier jurassien dans ses œuvres internationales. Impressionnant!

Un des palmarès les plus étoffés du sport suisse

Par Raffi Kouyoumdjian



En ce lundi après-midi 24 septembre 2018, dans son nouveau repaire d'Elgg (ZH), Steve Guerdat est entouré de sa garde rapprochée pour fêter, sobriement, l'un de ces moments de joie qui jalonnent presque inexorablement son chemin de sportif de haut niveau. Tout juste rentré de Caroline du Nord où il a décroché une médaille de bronze aux Jeux équestres de Tryon, le cavalier jurassien dribble le jetlag et le manque de sommeil.

À la sortie de l'aéroport de Kloten, il a juste acheté quelques grillades de circonstance pour satisfaire l'appétit de ses convives. Cette simplicité, cette authenticité et cet attachement à ceux qui l'aiment font de ce sportif AOC une personne forte du saut d'obstacles et, désormais, une vraie icône du canton du Jura. C'est qu'en vingt ans de carrière à haut niveau, l'homme n'a pas changé. Et même loin de sa région, il ne renie jamais ses racines jurassiennes.

Elgg, son nouveau fief

La carrière de Steve Guerdat a pris un tournant depuis maintenant moins de deux ans, quand il a repris le manège de l'ancien champion helvétique Paul Weiler. La dimension de son déménagement de Herrliberg à Elgg n'est pas que géographique. Elle dépasse les quelques dizaines de kilomètres qui séparent les deux bourgades zurichoises. De locataire, Steve Guerdat est devenu propriétaire, maître de maison, à l'orée des forêts d'un domaine imposant, entièrement dédié aux chevaux et à ses disciplines.

«C'est un endroit où je me sens bien. Jetez un coup d'œil à la fenêtre! L'environnement respire les chevaux. Il y a tout pour qu'ils se sentent bien.»

Steve Guerdat a quitté Herrliberg, où il louait les installations depuis dix ans

pour acheter cet incroyable domaine, propriété de la famille Weier depuis les années 1920! Le manège et ses nombreuses dépendances méritaient plus qu'un coup de pinceau! «S'il n'y avait rien à faire, je ne serais pas ici. Comment voulez-vous trouver un tel endroit en Suisse?» sourit le Jurassien.

À la gloire de ses chevaux

Dans ce cadre parfait pour l'épanouissement de ses chevaux de pointe, Steve Guerdat est entouré par une équipe fidèle de grooms et de cavaliers. Travailleur assidu, perfectionniste dans l'âme, Steve Guerdat ne laisse rien au hasard. Il a grandi dans la culture de la victoire, mais surtout il sait, peut-être plus que nul autre, tirer le meilleur de chacune de ses montures.

«Remporter à chaque fois une médaille avec un autre cheval, c'est quelque chose qui représente une énorme valeur pour moi», reconnaît le cavalier jurassien.

Cette dimension et cette régularité impressionnent. À Tryon, en septembre dernier, Steve Guerdat a emmené *Bianca* sur la troisième marche du podium. Désormais, le nom de sa fantastique jument accompagne les noms de ses illustres prédécesseurs, dont *Jalisco Solier*, *Tresor* et bien évidemment *Nino des Buissonnets* sont les plus emblématiques champions.

Sur tous les podiums

En Caroline du Nord, la nouvelle performance de Steve Guerdat réalisée dans un rendez-vous majeur de sa discipline n'est pas anodine pour un cavalier devenu l'un des plus symboliques chefs de file de son sport. Cette médaille de bronze glanée lors de ces Championnats du monde, juste derrière son comparse Martin Fuchs (deuxième



RAFFI KOUYOUNDJIAN

Steve Guerdat dans son nouveau fief d'Elgg, dans le canton de Zurich, en rase campagne.

WILLEMIN
camper van & camping-car

Garage-Carrosserie Delémont
A votre service depuis 1949

caravaningsuisse

Schweizerischer Caravangewerbe-Verband SCGV
Union professionnelle Suisse de la caravane UPSC

Vente - Location
(dès Fr. 650.-/semaine)

Réparation & Entretien
(toutes marques)

benimar

GARANTIE 5 ANS
2+3 ans ou 80 000 km*

RANGER
unique - 4x4

ROAD CAR

CAMPSTER

PÖSSL

disponible jusqu'à 7 places

MOVERA

RENAULT

Ford

CITROËN

Willemin car rent
location de voitures

Garage de la Birse, Willemin SA,
Rte de Porrentruy 88, 2800 Delémont (Jura)
www.willemin.ch

de l'épreuve individuelle), apporte une nouvelle ligne à un palmarès déjà très étoffé. Désormais, le cavalier jurassien a goûté aux joies du podium lors de tous les grands rendez-vous de son sport.

Le Jurassien a touché l'or (Londres 2012, en individuel) et le bronze (Hong Kong 2008, par équipe) lors des Jeux olympiques. Il a conquis l'or (Windsor 2009, par équipe), l'argent (San Patrignano 2005, par équipe) et le bronze (Donaueschingen 2003 et Göteborg 2017, par équipe) aux championnats d'Europe, sans oublier ses succès retentissants lors de la finale du Top 10 (Genève 2010) et en finale de Coupe du monde (Las Vegas 2015 et Göteborg 2016).

Un modèle du genre

Le Jurassien de 36 ans reste un vrai champion, un modèle du genre dans un sport où les nombreuses échéances obligent une constance presque insolente pour rester au sommet.

Steve Guerdat, depuis près de vingt ans, garde pourtant la même ligne. Sa trajectoire sportive épouse toujours la même philosophie et les mêmes envies.

Dicté par de nouveaux impératifs financiers qui désagrègent ses fondamentaux, le saut d'obstacles prend une direction à l'opposé des idéaux du Jurassien. Steve Guerdat n'est pas homme à se taire. Il incarne (parfois presque à lui seul) cette défense des traditions.

Depuis quelques années, le circuit lucratif (en points et en dollars) du Global Champions Tour a complètement dynamité le calendrier international. Pour les puristes, il dénature même l'essence de la discipline.

Quand il est invité à participer à ces concours lucratifs, Steve Guerdat botte en touche, préférant s'aligner dans les épreuves dites de tradition,

priviliégiant notamment les étapes des Prix des Nations, où il ne boude jamais son plaisir à l'idée de porter le veston de l'équipe de Suisse. Cette année, alors que d'autres couraient les «prize-money» du circuit du Global Champions Tour, Steve Guerdat alignait dix parcours sans faute dans ces épreuves par équipe. «Il préfère collectionner les médailles que l'argent sur son compte en banque. Promouvoir son sport, n'est-ce pas une vision magnifique comme leitmotiv?» questionnait récemment son père Philippe, entraîneur de l'équipe de France.

Cette fidélité et la défense des traditions sont récompensées. Au dernier pointage mondial, Steve Guerdat figurait au deuxième rang! Lancée il y a désormais 20 ans, sa carrière de sportif de haut niveau est impressionnante tant les moments forts sont nombreux. Ces saisons qui s'enchaînent et ses concours qui se succèdent écrivent simplement son parcours de vie.

À l'heure des grillades, Steve Guerdat, en maître de maison impeccable, propose un supplément à ses convives. On a compris que l'appétit de ce champion hors norme est insatiable.

Une carrière qui se raconte en histoires

La vie et la carrière de Steve Guerdat se racontent en histoires, en lieux, en chevaux et en victoires. Depuis maintenant près de 20 ans, le cavalier jurassien réalise le joli exploit de se maintenir presque de manière continue parmi les meilleurs athlètes de son sport. À seulement 36 ans, Steve Guerdat possède l'un des palmarès les plus fournis du sport suisse.

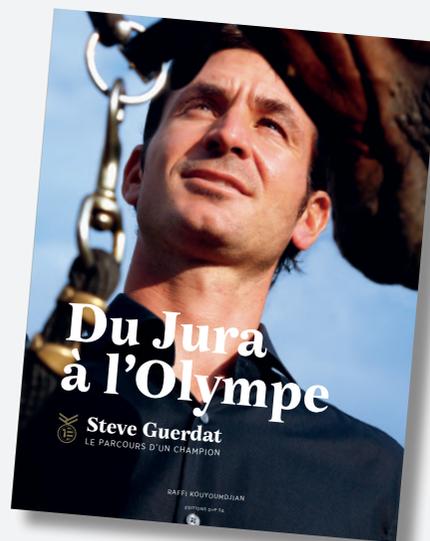
Le livre «du Jura à l'Olympe», sorti de presse en décembre 2016, rappelle les grands succès du «meilleur d'entre nous».

Cet ouvrage haut de gamme, richement illustré, fait voyager le lecteur de Bassecourt à Rio, l'adresse des derniers Jeux olympiques d'été. Il recense bien évidemment les hauts faits de la carrière du cavalier, premier Jurassien à se parer d'une médaille d'or lors de Jeux olympiques (Londres 2012). Mais une carrière n'est pas que jalonnée de succès. Le parcours de champion de Steve Guerdat mêle les joies et les coups durs. Ce livre

le rappelle admirablement.

Du Jura à l'Olympe, Steve Guerdat, le parcours d'un champion,

Raffi Kouyoumdjian, Éditions D+P SA



« Je suis suffisamment riche pour ne pas vendre mon âme à Blocher »

Le Jurassien d'origine – il est né à Charmoille – Jean-Marie Fleury, 76 ans, est l'emblématique éditeur de l'hebdomadaire gratuit genevois *GHI*. Le résident de Pinchat, au-dessus de Carouge (GE), a fait l'actualité, voici quelque temps, en refusant de vendre son titre et son pendant vaudois, Lausanne-Cités, à... Christoph Blocher!

Rencontre avec un patron de presse au caractère bien trempé.

Par Didier Walzer



Jean-Marie Fleury, à son bureau genevois de *GHI*: un franc-tireur, tel qu'il se définit, et pas peu fier de l'être!

– Comment avez-vous «atterri» dans la branche des médias?

– Par la publicité, un domaine que je ne connaissais absolument pas. Après l'école de recrues, j'ai mis des annonces pour trouver un job et reçu quelques dizaines d'offres, dont plusieurs en provenance de Genève. Et comme les

Jurassiens choisissaient cette ville ou Lausanne...

J'étais dans la comptabilité à ce moment-là. À la base, j'ai un CFC d'employé de commerce.

J'avais des copains vendeurs de pub chez Olivetti, qui gagnaient trois fois plus que moi. Ça m'a mis la puce à l'oreille.

Une société zurichoise cherchait un courtier en publicité pour sa succursale de Genève et c'est ainsi que j'ai commencé à vendre de la publicité touristique dans les grands hôtels de la place.

– Vous vous êtes rapidement mis à votre compte.

– En effet. Je travaillais pour le groupe Senger, qui éditait le magazine *Trente Jours*. Il possédait une succursale dans le secteur touristique et proposait des annonces collectives pour les différentes régions du pays. C'était un secteur porteur.

Un jour, j'ai dégotté un des plus gros budgets publicitaires de Suisse romande, de l'ordre de 15 à 20 millions de francs de l'époque, car le groupe couvrait le monde entier. Le directeur voulait s'en occuper de Zurich et on refusait de me commissionner! Je me suis alors fâché

avec lui, suis allé voir mes clients, qui ont annulé le contrat. C'était la bonne occasion de me mettre à mon compte.

– C'est à ce moment-là que vous avez rencontré votre mentor.

– Oui, Ernest Möri, conseiller en publicité très connu et apprécié à Genève. Chaque fois que je me rendais chez lui, il me disait de devenir indépendant. Ce que j'ai donc fait en lançant le journal *Ensemble*, destiné aux habitants de Meyrin, qui existe d'ailleurs toujours. Idem pour celui de Carouge. J'ai aussi réalisé des bulletins d'associations et même failli créer une revue de luxe pour les hôtels.

Une idée venue de Suisse alémanique

– La recherche de pub n'était pas une sinécure?

– Non. C'était difficile de gagner sa vie, car tout était en main des grandes régies, Publicitas, Orell Füssli et Annonces Suisses. Par conséquent, j'ai réfléchi et essayé de trouver un bon support me permettant de m'en sortir financièrement.

À l'époque, je collaborais au *Doppelstab*, un journal alémanique gratuit.

Curieusement, chaque ville d'outre-Sarine avait le sien et cela n'existait pas en Suisse romande. C'est ce qui m'a incité à investir ce créneau.

J'ai lancé un premier numéro, baptisé *Genève Annonces*, le prédécesseur, en quelque sorte, de *Genève Home Informations*, qui a recueilli les encouragements d'Ernest Mōri. Il m'a « prêté » sa nièce, qui était secrétaire, m'a acheté beaucoup de publicité pour ses clients. Ce n'était pas négligeable, d'autant qu'il était importateur de VéloSoleX en Suisse.

– Les débuts ont toutefois été difficiles.

– Oh que oui. Les annonceurs ne se bousculaient pas au portillon. *GHI* ne comptait que 6 ou 8 pages avec, surtout, beaucoup d'offres d'emploi. A l'époque, au début des années 1970, les employeurs ne savaient effectivement plus comment trouver du personnel, et ils publiaient des pages et des pages d'annonces dans tous les journaux.

Quand j'ai démarré avec *GHI*, j'avais 5000 fr. sur mon compte en banque. Souvent, Ernest Mōri m'avancait l'argent et je le remboursais après coup. Il m'a encouragé et beaucoup aidé. J'ai toujours dit que, sans lui, *GHI* n'aurait pas décollé. Mais il n'a jamais voulu être associé au capital ou à la société.

– Le moins que l'on puisse dire, c'est que vous n'avez pas été bien accueilli.

– Non. Après quelques mois de parution, les éditeurs de journaux se sont réunis en se demandant quel était cet intrus marchant sur leurs plates-bandes. Ils se sont toutefois dit qu'il n'avait aucune chance de réussir et ne se sont donc pas fait davantage de souci que ça. Au terme de la première année, *GHI* paraissait toujours... C'est alors que Jean-Claude Nicole, l'emblématique éditeur de feu *La Suisse* et président de l'Union genevoise des éditeurs de

journaux (UGEJ), a tenté de racheter la nouvelle publication dans le but de la détruire. N'ayant pas obtenu l'accord de ses collègues, il a organisé le boycott de *GHI* et il a réussi à convaincre tout ce qui était organisé en association à boycotter *GHI*.

Idem pour les imprimeurs, qui se voyaient menacer d'avoir leur papier coupé ou des grèves au sein de leur entreprise s'ils continuaient d'imprimer *GHI*... Je me heurtais à des murs partout. C'était vraiment grave.

C'est donc *La Voix Ouvrière*, organe du Parti suisse du travail, qui a imprimé les premiers numéros.

« L'idée du siècle »

– Mais vous ne vous êtes pas laissé démonter.

– Effectivement, en trouvant « l'idée du siècle ! » : effectuer des comparaisons de prix entre les divers magasins de la place pour créer la zizanie entre eux. Cela a si bien réussi que le Trade Club, qui regroupait tous les grands magasins de Genève, a décidé de supprimer ce boycott à notre égard.

Puis, quelque temps plus tard, le président du groupe Jelmoli, à qui appar-

tient le fameux Grand-Passage à Genève, est venu spécialement de Zurich. Autour d'un repas, nous avons scellé la fin des hostilités.

J'ai aussi été le précurseur des petites annonces qui, avant *GHI*, n'existaient pas. Ainsi que de la page amitiés-mariages, où les lecteurs pouvaient, par exemple, décrire le type de femme qu'ils souhaitaient trouver. Ce qui m'a valu, à trois reprises, des amendes de 1000 francs – 10 000 francs aujourd'hui – pour incitation à la débauche. Ils voulaient vraiment ma peau.

– Cela n'a pas empêché votre « bébé » de continuer à vivre.

– Absolument et, d'un point de vue ligne éditoriale, ce boycott permanent nous a poussés à devenir réactionnaires. Nous étions devenus *Le Canard enchaîné* de Genève.

L'hebdomadaire a grandi en fonction du succès qu'il rencontrait, passant notamment d'un rythme de parution bimensuel au départ à hebdomadaire.

– Il y a quelques mois, vous avez fait la une de la presse en faisant valoir votre droit de préemption afin que

David contre Goliath

L'histoire de *GHI*, né en 1970, est celle d'un petit canard qui essaye de se frayer un chemin dans le monde de la presse genevoise bien installée.

Le fondateur du titre, Jean-Marie Fleury, raconte ses pérégrinations passionnantes et semées d'embûches, dans *L'aventure GHI. Un contre-pouvoir genevois* (Éd. Favre).

Ce livre, sorti au début de l'automne, est également l'occasion de mesurer l'évolution de la presse genevoise, romande et suisse au cours de ces presque cinquante dernières années.



Christoph Blocher ne rachète pas vos titres *GHI* et *Lausanne-Cités*. Vous avez rencontré le ténor de l'UDC; qu'avez-vous pensé du personnage?

- Nous nous sommes vus à l'hôtel de Chavannes-de-Bogis. Il m'a dit: « Je sais que je suis le Diable à Genève. »

Il a indéniablement un côté visionnaire et il reproche la vision à court terme des gens des médias.

Ce qui m'a interpellé chez cet homme d'affaires avisé pesant 20 milliards de francs de fortune selon le magazine *Bilan*, c'est qu'il accepte de mettre de l'argent dans la presse écrite - il a acheté 25 journaux gratuits en Suisse alémanique. Le groupe Tamedia, qui voulait lui vendre *GHI/Lausanne-Cités*, l'aurait fait entrer un peu plus dans un domaine en perte de vitesse totale, car, à mon avis, c'est irréversible, la presse écrite va mourir, lui ai-je dit, ce à quoi Blocher m'a rétorqué qu'il croyait encore en la presse ultralocale, bien implantée dans les régions. C'est pourquoi il m'a proposé de racheter la totalité des parts de *GHI/Lausanne-Cités* et ainsi de reprendre toute la boîte.

Une question émotionnelle

- Pourquoi avoir refusé?

- Franchement, j'aurais encaissé beaucoup de millions en cédant, alors qu'au contraire, je devrai en payer passablement... Mais c'est une question émotionnelle, sentimentale: *GHI* est mon bébé que j'ai mené jusqu'à l'âge de bientôt 50 ans. Et je verrais par conséquent mal que quelqu'un d'autre reprenne les rênes de ces deux journaux. J'étais certain que je n'allais jamais lui vendre ma société, même si, personnellement, je n'ai rien contre l'UDC, même si je n'ai jamais voté pour ce parti.

- Les politiciens anti-Blocher ont-ils influencé votre décision?

- Non, même si, en effet, plusieurs m'ont téléphoné pour m'inciter à ne pas lui vendre *GHI* et *Lausanne-Cités*. Mes journalistes ont reçu des coups de fil de partout, des menaces, carrément, de politiciens. Mais l'incendie s'est éteint aussi vite qu'il s'était allumé.

- Cette histoire a même engendré des contre-effets positifs.

- Oui, le syndic de Lausanne, Grégoire Junod, nous a contactés en nous faisant part de son intention de relancer un journal communal. Afin d'aider *Lausanne-Cités*, il nous a indiqué vouloir encarter ledit journal dans *Lausanne-Cités* si je ne vendais pas à Blocher. C'est ce qui s'est produit et cette opération va nous apporter un chiffre d'affaires supplémentaire de quelque 170 000 fr. par an, ce qui n'est pas négligeable.

Pessimiste pour la presse écrite

- Personnellement, comment voyez-vous l'avenir de la presse écrite?

- Assez mal, à vrai dire, comme dit plut tôt. Personne n'a encore inventé le nouveau modèle de presse qui lui permettrait de passer ce cap difficile dû à internet, à moins qu'internet ne devienne vraiment payant.

Je suis en souci, car le jour où les grands annonceurs que sont Coop et Migros se détourneront de la presse écrite, tous les journaux seront morts.

Aujourd'hui, nous réalisons encore de jolis bénéfices, mais l'édifice devient toujours plus fragile.

- Y a-t-il une lueur d'espoir?

- Si je suis pessimiste pour la presse en général, je suis plutôt confiant pour les journaux ultrarégionaux, qui ont encore une carte à jouer et qui ne sont pas encore trop concurrencés par Internet. Ou peut-être les logiciels antipubs, qui sont en train de naître un peu partout, sauveront-ils les journaux de la vague internet.

« Des trucages, il y en a sans doute eu des deux côtés »

- Quels sont encore vos contacts avec le Jura?

- J'y ai deux frères: Gilles est artiste peintre à Bressaucourt. Quant à Pierre, c'était le patron du restaurant Le Chasseur, à Delémont, qui a fermé il y a quelques années.

Je retourne dans le Jura à la Pentecôte et l'été, où je reste une dizaine de jours dans le petit chalet que j'ai repris de ma mère, à Ocourt.

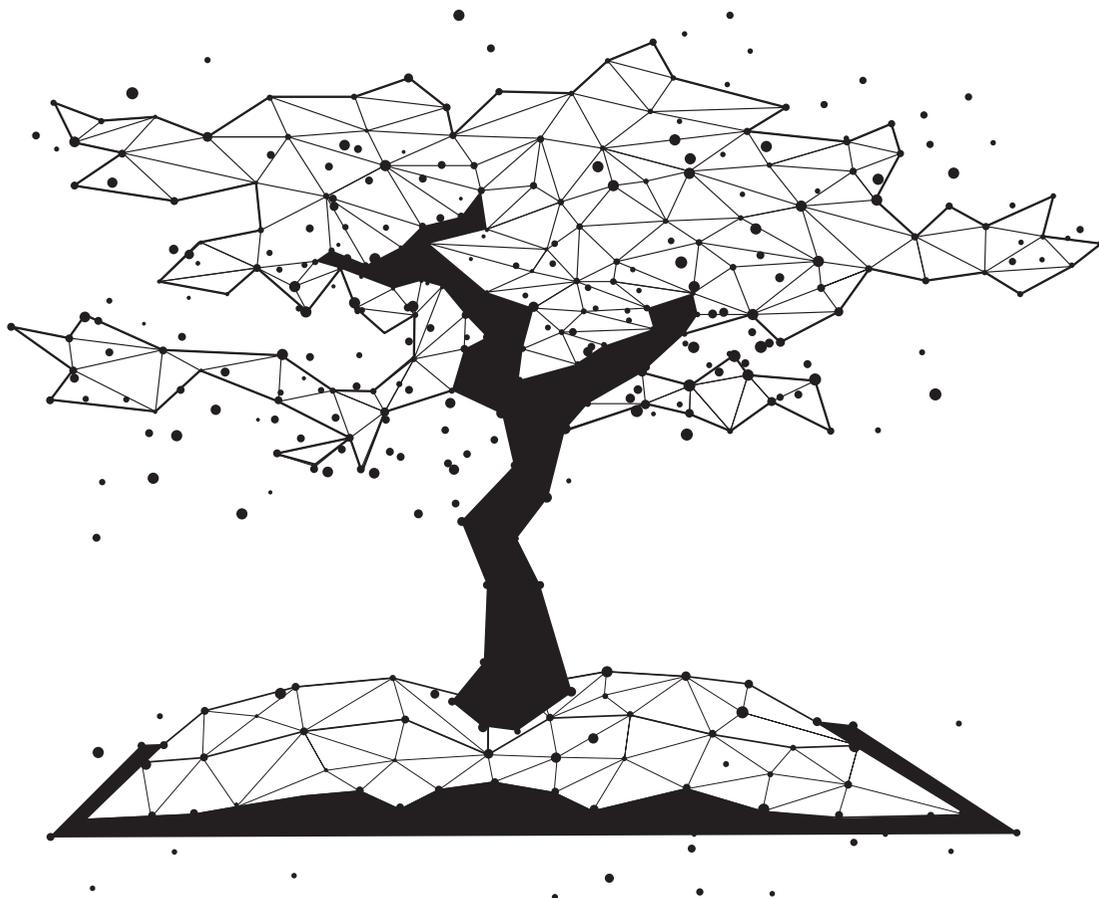
- La Question jurassienne est en pleine résurgence à la suite de l'invalidation du vote sur l'apparte-

nance cantonale de Moutier. Y êtes-vous encore intéressé?

- Je suis toujours abonné au *Jura Libre* et j'étais membre du Groupe Bélier. Je suis bien sûr déçu que l'intégralité du Jura n'ait pas été libérée. Le vote a été en faveur de Moutier. Des trucages, il y en a sans doute eu des deux côtés. Mais le peuple a tranché et Moutier doit maintenant être intégrée au canton du Jura.

Personnellement, ça m'intéresse moins, et je trouve que les gens sont moins motivés, sans doute parce que ça fait trop longtemps que ça dure.

MARQUEZ VOTRE EMPREINTE DE MANIÈRE DURABLE



L'IMPRIMERIE PRESSOR
PREND SOIN DE LA NATURE ET DE VOTRE COMMUNICATION

PRESSOR 
CENTRE D'IMPRESSION ET D'ARTS GRAPHIQUES

Delémont, Moutier, Saignelégier | info@pressor.ch | 032 421 19 19

RICHARD MILLE



CALIBRE RM 07-01

HOROMETRIE SA

Rue du Jura 11
CH-2345 Les Breuleux
+41 32 959 43 53

www.richardmille.com