

LE JOURNAL DU JURA

DEPUIS 1863



Samedi 19 novembre 2022
ajour.ch

No 271 CHF 3.80
J.A. - CH-2501 Bienne 1

Retrouvez
Le Journal du Jura sur



9771424962007 60046

L'édito

Laurent Kleisl
laurent.kleisl@journaldujura.ch



Une idée plus grande que le Chasseral

Une idée. A planter, à nourrir, pour qu'après avoir germé, elle grandisse, elle s'épanouisse. Qu'elle s'impose. Grand Chasseral possède en lui ce potentiel saisissant dans un contexte régional en phase de clarification. L'initiative, brillante, de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois doit conduire le Jura bernois, apprenant d'un passé décousu, à exprimer une identité trop longtemps enfouie sous les décombres d'une guerre institutionnelle, aujourd'hui d'un autre temps, celui de l'oubli.

Qu'ils viennent de l'économie, de l'agriculture, de la culture ou du tourisme, l'écrasante majorité des acteurs qui font la région adhèrent à un projet, affranchi des barrières politiques, susceptible d'insuffler un vent de renouveau dans des vallons où, souvent, le quidam préfère se cacher. Paradoxalement, plutôt que de l'enterrer, Grand Chasseral est un hymne au Jura bernois. A travers cette appellation, une chance lui est offerte. Une chance d'exister, de s'affirmer, de se relever en tant que peuple uni.

«Nous n'avons pas à avoir honte du terme de Jura bernois», a déclaré, à raison, le conseiller d'Etat Pierre Alain Schnegg, interrogé à propos de la marque Grand Chasseral. Avant de penser s'imposer comme le terme générique définissant la région, la nouvelle appellation devra se construire une réputation et, surtout, une légitimité. Le temps l'éprouvera jusqu'à la possible adhésion du peuple. Cette finalité, pourtant, n'a rien d'essentielle. Le chemin apparenté et la volonté de se révéler en surfant sur la dynamique lancée avec fougue le sont bien davantage.

Car l'avenir appartient au Jura bernois d'aujourd'hui, qu'il regarde vers le nord ou vers le sud. Autant Moutier, dans le canton du Jura, que l'entité portée par la marque Grand Chasseral ont désormais droit au bonheur, à un futur radieux, à la prospérité, malgré des directions diamétralement opposées. Les décisions populaires ont redessiné la carte de la région, au rythme de luttes âpres, de combats souvent fratricides – les plus douloureux, les plus sournois – qui méritent aujourd'hui de prendre place dans les livres d'histoire.

Grand Chasseral – mais également Avenir Berne romande –, c'est surtout une opportunité exceptionnelle de tourner la page lourde d'une époque qui a tant sclérosé une population divisée. Le regard clair, rayonnant de ses compétences, de son audace, le Jura bernois est prêt à s'émanciper, qu'il portera dans une décennie.

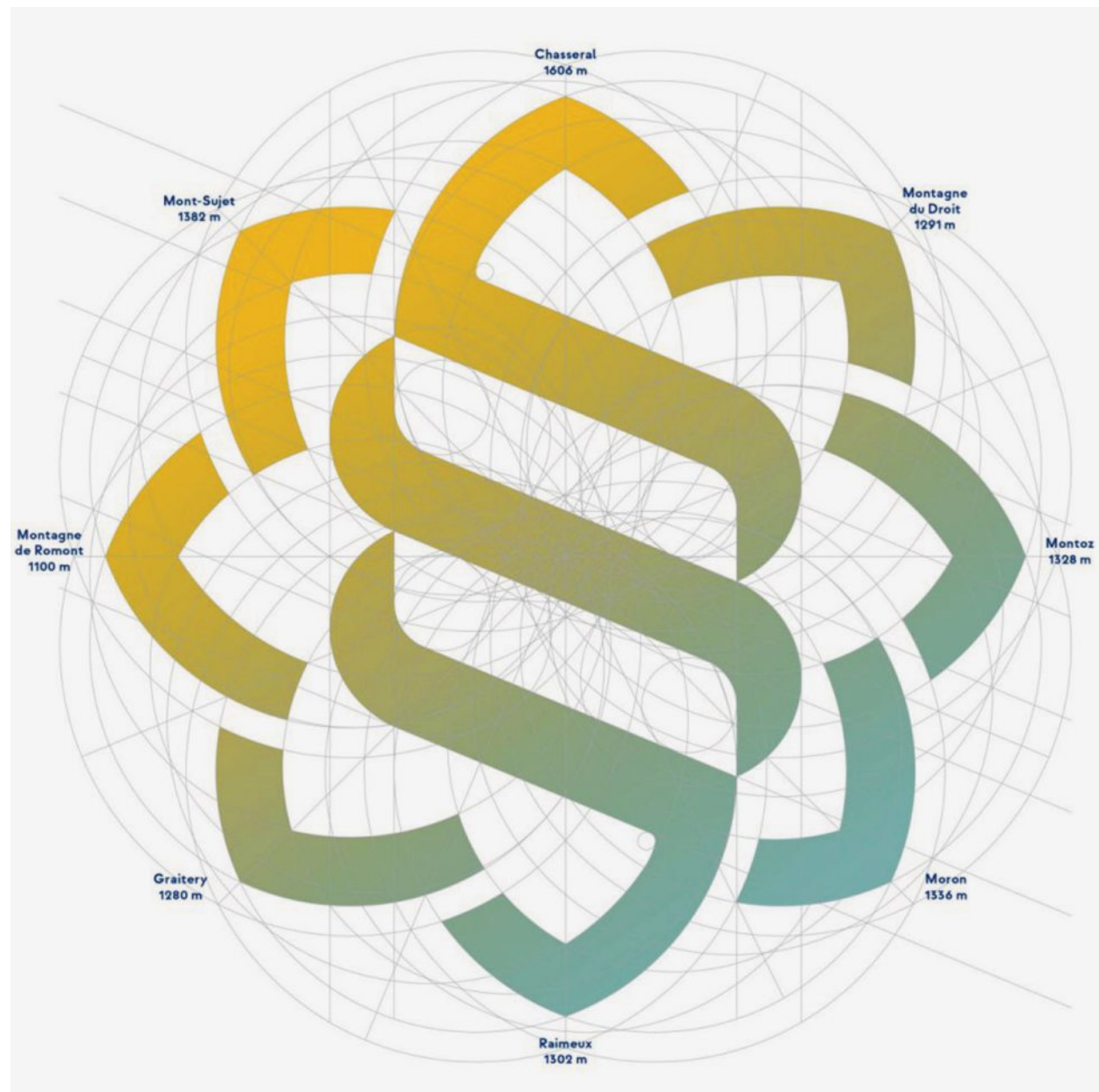
Construire les quartiers avec et non pour les habitants

Urbanisme Les journées suisses du logement ont thématisé l'intégration sociale grâce aux

immeubles dans le cadre d'un séminaire. Le concept est souvent flou. Auprès des architectes et avec

des exemples d'aménagements, l'idée se concrétise pour les espaces intérieurs et extérieurs. page 5

Par monts et par vaux



Grand Chasseral C'est en parcourant les endroits emblématiques de la région que la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois a officiellement présenté, hier, la campagne Grand Chasseral, dont le visuel créé à Tavannes est riche en symboles. pages 2 et 3

PUBLICITÉ

CARL F. BUCHERER
LUCERNE 1888

MANERO FLYBACK

Villiger
BIEL/BIENNE
RUE DE LA GARE 21
WWW.VILLIGERAG.CH

Valbirse Objectif déficit zéro atteint

Lors du dernier Conseil général de cette législature, les élus devront principalement se prononcer sur le budget 2023, qui tend à l'équilibre. page 9

Saint-Imier Les années folles revisitées

Soixante résidents du home de la Rosaie se sont prêtés à des séances photo d'un genre particulier. Entre déguisement et retour dans les années 20. page 11



Dan Steiner

Impôts Sonceboz et Plateau pas dos à dos

Alors qu'à Sonceboz l'Exécutif propose une baisse de la quotité à l'assemblée, celui de Plateau de Diesse fait l'inverse. page 7

Musique Libérer les artistes de leurs soucis

En créant avec des amis l'association Colibruit au printemps 2021, Julien Schneider a souhaité accompagner des musiciens dans leurs projets. page 4



Keystone

Hockey sur glace Le HC Bienne battu de très peu

Les Seelandais ne se sont inclinés qu'après la séance des tirs au but vendredi soir à la Tissot Arena contre Zoug. page 15

Balade en Grand Chasseral

UNE RÉGION CIMENTÉE Pour comprendre ce qu'est Grand Chasseral, rien ne vaut une balade sur les divers lieux emblématiques qui font le ciment du Jura bernois. Et ils suintent littéralement de partout. En voiture!

PAR PIERRE-ALAIN BRENZIKOFER ET LAURENT KLEISL

Le Journal du Jura a expliqué en détail, dans son édition de vendredi, en quoi consiste le projet Grand Chasseral, magnifique et vigoureux rejeton de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois, qui coalise les acteurs principaux de la région. But justement fédérateur? En finir avec cette notion de «Jura bernois», qui évoque tout à la fois une connotation négative, un passé douloureux et même une destination inconnue. Pour mieux faire comprendre la transversalité du projet, la presse a été conviée, ce vendredi, à une balade menant à quelques-uns des lieux emblématiques de la région, par ailleurs tous partenaires du projet à divers titres. Sous la conduite émue de Richard Vaucher, président de la Fondation, et de Patrick Linder, secrétaire, on a pu entendre encore une fois que Grand Chasseral représentait bien plus qu'un nom, qu'il concernait toutes les activités et richesses d'ici, et que, en ce sens, ses pères spirituels misaient sur une adhésion de la population à hauteur de 100%.

Avec une transversalité comprenant toute à la fois l'agriculture, le tourisme, la nature, l'économie et l'échelon communal de la politique, l'objectif

n'est pas irréaliste. Et quoi de mieux que la démonstration par l'exemple? La promenade a ainsi guidé les excursionnistes chez Camille Bloch, fleuron à la fois industriel, touristique et évidemment gustatif. L'inventivité? Quoi de mieux qu'une halte chez Straumann, numéro un mondial de l'implant dentaire, pour prendre acte du développement permanent, à Villeret, d'une entreprise qui vise les 5 milliards de chiffre d'affaires, comme l'a déclaré son directeur, Eric Fromentel?

«Quand nous avons créé la Fondation, nous n'avions pas un franc en caisse...»

RICHARD VAUCHER
PRÉSIDENT DE LA FONDATION POUR
LE RAYONNEMENT DU JURA BERNOIS

Et que dire de la centrale électrique La Goule et de la centrale de Mont-Soleil, si ce n'est qu'encore une fois la région est pionnière et leader en matière d'énergies renouvelables, comme l'a rappelé le directeur, Cédric Zbinden. «Comme quoi, Grand Chasseral nous familiarise avec notre futur», s'est-il

réjoui. «Avec vos travaux, vous nous menez justement vers ce futur», a renchéri Patrick Linder. L'identité visuelle? Nous en parlons ci-contre, comme l'a fait Sébastien Canepa au CIP, autre lieu emblématique et incontournable.

Et si Grand Chasseral vient de sortir de l'œuf, le Parc régional Chasseral existe depuis 20 ans. Mais pas question de les mettre en concurrence, comme l'a martelé Michel Walthert, président du Parc: «Plus on emploie le mot Chasseral, mieux c'est. Et pour ce qui est du Parc, la nouvelle appellation nous rapproche du monde économique et industriel.»

Hyperactivité culturelle

Pour le président, Richard Vaucher, de surcroît, les relations entre économie et nature font véritablement partie de cette harmonie vers laquelle on tend ardemment. Président de Jura bernois Tourisme, Serge Rohrer n'a pas dit autre chose. Lui et ses services mettront ainsi tout en œuvre pour que Grand Chasseral devienne aussi célèbre que Jungfrau Region. A la Maison de la tête-de-moine, à Bellelay, Bernard Leuenberger est venu apporter le soutien de la Chambre d'agriculture du Jura bernois: «Un grand jour

pour nous, qui sommes des partenaires de l'économie comme de la protection du paysage. Avec 303 produits estampillés région et 34 sortes de fromage, nous avons de quoi séduire.»

Restait à entendre les milieux culturels dans le temple du Royal. Julien Annoni a franchement qualifié l'ex-Jura bernois de «zone d'hyperactivité culturelle». Oui, une biodiversité culturelle sans égale dans le canton, soutenue par un forum culture qui compte vivement sur Grand Chasseral pour le faire rayonner, comme l'a glissé Lionel Gafner.

Et comme les Communes sont des partenaires très actives dans ce redéploiement, elles ont tout simplement mis Grand Chasseral au centre de leur Nouvelle politique régionale pour les années 2024-2027, s'est réjoui André Rothernbühler, directeur de Jura bernois.Bienne. Peut-on dès lors parler de réveil de la société civile d'ici? On peut! **PABR**

www.grandchasseral.ch



«Des sommets, sans chichi». Une des nombreuses vitrines créées pour la campagne Grand Chasseral. STRACTIS

L'homme derrière

ATavannes, dans les locaux qui accueilleraient un centre de vaccination, deux mondes se côtoient. Sur la gauche, le royaume de l'ordre et de la rigueur. Deux écrans incurvés trônent sur un espace presque clinique, vierge de papier. C'est le biotope de Bruce Rennes, l'âme marketing de Stractis. A droite, l'endroit ressemble à la chambre d'un étudiant en pleine révision d'examens. Livres, feuilles et croquis laissent à peine la surface nécessaire à un clavier. C'est le royaume du graphiste Sébastien Canepa, l'homme qui a imaginé le concept visuel de la campagne Grand Chasseral. «Depuis le début de l'année, ce projet me prend la majeure partie de mon temps», indique-t-il.

Le mandat de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois tient dans un profil d'identité visuelle, notamment façonné par la cheffe de projet, Géraldine Berberat, posant une question basique: quel est l'ADN du Jura bernois? «Pour répondre, je voulais sortir du côté austère accolé à notre région», explique Sébastien Canepa. Rapidement, un mot-clé jaillit comme une incontournable base de réflexion. «C'était rayonnement, terme lié à la Fondation. Il était également essentiel pour moi de travailler sur l'idée d'un mouvement circulaire, celui de la tête-de-moine et d'un tour automatique.»

D'esquisses en dessins plus aboutis, le concept s'affine, il prend vie. «Avec le Chasse-

ral, on s'identifie à un emblème fort, on imagine l'antenne, tout le monde s'attendait à ce qu'elle apparaisse sur le logo. Je suis parti sur une image chargée de symboles, mais sans l'antenne ni Chasseral, qui figure déjà de façon prédominante dans le nom de la marque.»

Les huit montagnes

Sébastien Canepa imagine une forme d'étoile lumineuse agrémentée de huit bras, avec le Chasseral trônant en haut de la forme. Montoz, Moron, Graiterie, Raimeux, montagne du Droit, Mont-Soleil et montagne de Romont, selon l'artiste, occupent les autres appendices. «Dans le Jura bernois, on a tous habité à côté d'une montagne, d'où l'idée d'intégrer sept autres sommets», dit-il. Enfant de Tavannes, il a grandi sous l'ombre protectrice du Montoz. «Dans la marque Grand Chasseral, il y a la notion de grand, qui souligne l'ambition d'aller au-delà du Chasseral.»

L'élément hélicoïdal occupant le centre du dispositif mêle nature et technologie. «Pour les couleurs, le jaune rappelle autant la tête-de-moine, les jonquilles que le laiton.» Sa création se termine sur la teinte turquoise du lac et des rivières, le tout sur fond bleu. «Le bleu de la sagesse, de la paix; c'est la Fondation Gobat, c'est Digger et l'humanitaire. La croix suisse n'est pas venue tout de suite, je l'ai proposée afin de donner la dimension de région à ce visuel.» Il ajoute: «Lorsque je l'ai dévoilé, j'étais



C'est au CIP, à Tramelan, que Patrick Linder, secrétaire de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois, a officiellement présenté la campagne de Grand Chasseral aux médias et aux représentants des parties prenantes. STÉPHANE GERBER



une renaissance visuelle

très anxieux.» Les réactions? «J'ai vu des yeux briller.»

Humble et taiseux

La campagne Grand Chasseral se décline dans un graphisme doux, associé à des instantanés représentant toutes les facettes de la région. Mouvement, amour, précision, baroque, etc., «mais toujours avec un O pour pouvoir placer le logo», précise Sébastien Canepa. Et toujours avec un slogan d'une simplicité percutante: «Sans chichi». Il est né d'un trituration de méninges – brainstorming, si vous préférez – avec son associé, Bruce Rennes, et Sophie Ménard, présidente du Club-entreprises de la Chambre d'économie publique du Jura bernois (CEP).

«On voulait mettre en avant le côté humble, presque taiseux, de notre région», reprend Sébastien Canepa. «J'ai alors dit «sans chichi». Perso, dans un premier temps, je trouvais le terme un peu léger. Mais quand on l'a présenté, il a tout de suite fait «tilt», et il est resté. Chez nous, même le baroque de Bellelay est sans chichi. Dans le Jura bernois, on a tout, mais en petit. Ce sans chichi nous personifie. Le Jura bernois est une terre entre deux. Avec cette campagne, nous sortons de cette notion et nous devenons nous-mêmes.»

La passion suinte des mots de Sébastien Canepa. Ce n'est d'ailleurs pas sur un coup de tête si la Fondation pour le rayonnement du

Jura bernois s'est associée à Stractis. Entre 2020 et 2021, l'agence tannoise s'est attelée à reforcer l'identité visuelle du Centre interrégional de perfectionnement (CIP), à Tramelan. Ce job lui a permis de décrocher une récompense internationale, l'Indigo Award dans la catégorie formation.

Puis, de petits mandats en petits mandats, une relation de confiance s'est construite avec les dirigeants de la CEP, notamment en 2018, à travers le concept visuel de la «Stratégie 2030». «Disons que ces dernières années, ils ont eu l'occasion de bien nous tester», sourit Sébastien Canepa. Un homme soulagé, un homme qui a assuré sa part du boulot. A la perfection. LK

Plusieurs mois de travail et de réflexion ont été nécessaires à Sébastien Canepa pour accoucher du concept graphique de la campagne Grand Chasseral. STRACTIS



«Par la région pour la région»

Une dynamique positive, une magnifique carte de visite, dans un contexte qui s'affranchit des tourments du passé. Pour **Pierre Alain Schnegg** (photo Ruben Ung), élu du Jura bernois au Conseil exécutif, Grand Chasseral est un mélange de tous ces éléments. Directeur de la Santé, des affaires sociales et de l'intégration, le citoyen de Champoz loue l'initiative de la société civile et, surtout, de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois.

Pierre Alain Schnegg, que pensez-vous de la campagne Grand Chasseral, lancée ce vendredi par la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois?

C'est une approche très positive, que je salue. Les acteurs régionaux prennent leur destin en main, ils veulent être reconnus différemment et transmettre une image positive de la région, une image débarrassée des vieux soucis qui l'ont paralysée pendant plusieurs décennies. C'est quelque chose fait par la région pour la région, et je trouve cette initiative vraiment bonne. Je reste convaincu que le Jura bernois peut être l'un des moteurs du canton de Berne.

Le lancement de Grand Chasseral intervient pile une semaine après l'annonce de la réorganisation administrative du Canton dans le Jura bernois. Est-ce une stratégie coordonnée?

Non, pas du tout (rires)! Même s'il n'y a pas eu de coordination, cela démontre un grand changement d'état d'esprit dans le Jura bernois. Le projet Avenir Berne romande a été très bien reçu par les différentes parties prenantes. Ainsi, la campagne que lancent la Fondation et ses partenaires, avec cette marque Grand Chasseral, tombe à pic. Les deux projets ont une temporalité différente. Grand Chasseral est en gestation depuis des années et s'inscrit dans la durée alors qu'Avenir Berne romande a démarré après le vote de Moutier et n'existera que durant une période, le temps de transférer les administrations. Mais les bases de ces deux projets sont des atouts indéniables pour la région.

Grand Chasseral provient de la société civile. Ne souligne-t-il l'échec de la classe politique du Jura bernois?

A titre personnel, je suis extrêmement fier que ce projet arrive de l'économie, des associations, de tous les gens qui font vivre la région et qui ne sont justement pas issus du milieu politique. La politique doit s'occuper de créer des conditions-cadres qui sont favorables, c'est exactement ce que l'on fait avec le projet Avenir Berne romande. C'est avant tout aux industriels, à l'agriculture, aux acteurs culturels et touristiques, c'est à toutes ces forces vives de développer la région, de la faire rayonner et de la mettre en avant sous un angle positif. Moins il y a d'Etat, mieux on se porte, c'est ma vision, mais je sais que certaines personnes sont beaucoup plus étatistes.

Le milieu politique du Jura bernois n'est-il pas resté trop longtemps sclérosé par les questions institutionnelles?

C'est évident. La région a été pénalisée pendant des décennies par une histoire qui, normalement, n'aurait pas eu lieu d'être. Mais on ne va pas refaire l'histoire. Maintenant, c'est l'occasion d'ouvrir un nouveau chapitre, et j'espère bien que le dynamisme que montrent aujourd'hui le Canton et les acteurs du Jura bernois fasse son œuvre sur les politiques de la région.

Pouvez-vous vous imaginer que, à moyen terme, la notion même de Jura bernois disparaisse et cède sa place à celle de Grand Chasseral?

Je peux tout à fait me l'imaginer, mais dans un certain nombre d'années. Un tel changement est toujours possible, mais il ne faut pas sous-estimer l'effort. La Chambre d'économie publique du Jura



bernois a raison d'opérer comme elle le fait, c'est-à-dire d'utiliser une marque pour relier des produits, des savoir-faire, des compétences, des spécialités, et plus si affinités.

Et, qui sait, dans dix ans peut-être parlerons-nous de l'arrondissement de Grand Chasseral!

Oui, c'est tout à fait possible. La question du cercle administratif est une décision qui revient à l'ensemble de la population. Aucune loi n'est immuable, tout peut être modifié, comme la Constitution, si le peuple le désire. Toutefois, nous n'avons pas à avoir honte du terme de Jura bernois, mais Grand Chasseral véhicule une tout autre image de notre région. Si cette marque continue de se développer comme prévu, elle deviendra la dénomination que l'on aura plaisir à utiliser dans toutes les occasions où nous parlerons de notre région.

En tant que Jurassien bernois, cela ne vous ferait-il pas mal que le terme Jura bernois tombe dans l'oubli?

Avant toute chose, nous sommes tous Suisses! Il ne faut pas surévaluer la portée d'une appellation. Il convient surtout de valoriser ce dynamisme et cette envie de faire quelque chose. Le Jura bernois a besoin d'une marque qui lui permette de se mettre en valeur et de communiquer d'une manière positive. Cette marque est un signal très fort que donne la région à l'ensemble du canton, mais aussi bien au-delà des frontières cantonales.

Le Jura bernois est coincé entre Bienne et le canton du Jura, deux régions avec une forte identité. Le Jura bernois ne peut-il pas se forger une identité à travers cette nouvelle appellation?

Oui, il peut créer une unité derrière cette marque. Par contre, si c'est cette unité sert à ériger des frontières, c'est dommage. Notre région et la région biennoise ont tout intérêt à intensifier leur collaboration et à travailler ensemble.

D'ailleurs, le nom de Grand Chasseral, vous en pensez quoi?

C'est sûr que si l'on veut prendre un nom qui fait référence à la géographie de notre région, le Chasseral est un sommet emblématique connu dans tout le pays. Vous pouvez vous trouver dans les Alpes bernoises ou dans les Alpes fribourgeoises, si le temps est dégagé, vous verrez l'antenne!

Le Conseil exécutif a-t-il été informé de la préparation de cette campagne?

Mon collègue de l'Economie (ré: Christoph Ammann) et moi-même avons reçu toutes les informations relatives à cette campagne. Nous sommes aussi informés des projets de la Chambre d'économie publique du Jura bernois. Tout le Gouvernement a d'ailleurs beaucoup apprécié la Stratégie économique de la CEP, qui était la première étape, et est très intéressé par les projets Couronne. Un canton comme celui de Berne va bien si ses régions vont bien. Et de voir le Jura bernois se prendre en main de la manière dont il est en train de le faire, c'est réjouissant. LK