

«**Grand Chasseral**» Un cabinet pédiatrique, une fiduciaire, une agence immobilière, une banque, des partis politiques, une boîte d'électricité: les entreprises privées sont de plus en plus nombreuses à s'approprier la locution de la marque territoriale.

Dan Steiner

La Fondation pour le rayonnement du Jura bernois, dont font partie les institutions et les Communes de la région, a lancé le mouvement. Créée en 2019, elle dévoile trois ans plus tard une marque d'attractivité, qu'elle adopte dans sa dénomination quelques mois après, mi-2023. Elle devient la Fondation Grand Chasseral. Une partie de ses membres, comme Jura bernois Tourisme, en font de même; des sections régionales de partis politiques adoptent l'appellation. Que ladite Fondation est loin d'avoir imposée. Ni déposée: «Grand Chasseral» est disponible. Tant et si bien que de plus en plus d'entreprises privées font désormais le pas non anodin de modifier leur raison sociale en se l'appropriant.

Le 1er mars, c'est Electro Grand Chasseral Sarl qui entrera en service, du côté de Courtelary. «Nous reprenons une partie des activités d'une entreprise du secteur», dit Marco Moser, pour nous mettre au courant. Le professionnel, originaire du canton de Neuchâtel, s'est associé à son confrère Damien Glauser, enfant de Reconviiler établi à Tramelan. Lorsque le binôme s'est mis à cogiter pour se trouver un nom et un logo, c'est du côté de La Couronne, portée d'entrée de la région en reconfiguration progressive, qu'on leur a soufflé l'idée.

A la source, oui, mais rien ne les obligeait à apposer la marque d'attractivité sur leurs futures activités. «Le Chasseral m'a toujours plu. C'est un endroit unificateur, auquel tout le monde peut s'identifier», reprend Marco Moser, 28 ans. «Un nom incluant Grand Chasseral ne va sûrement pas attirer des clients, mais il est actuel et pourra marquer l'esprit des gens. Qui se diront que notre firme est assurément de la région.» Et «Jura bernois»? Il a été inclus dans leurs premières ré-

flexions. «Mais on nous l'a déconseillé, car trop politisé.»

Image positive

Christian Dyroff s'est établi en Suisse il y a un quart de siècle. En 2004, il s'engage comme pédiatre à l'Hôpital du Jura bernois, structure qu'il ne quitte pas en bons termes. Il y a un peu plus d'une année, il ouvre son propre cabinet à Saint-Imier, qu'il nomme Centre pédiatrique Grand Chasseral. Une idée soufflée par un ami, Richard Vaucher, désormais président d'honneur de la... Fondation Grand Chasseral. Une façon pour Christian Dyroff, aussi, de se démarquer de ce qu'est devenu le Réseau de l'Arc. «C'était une très bonne idée. Je me fiche bien de la Question jurassienne», souffle l'Allemand d'origine, résidant à Courtelary avec sa famille.

Pour lui, la locution transmet une image positive et il estime qu'elle véhicule le message que tout le monde tire à la même corde. Aucune remarque à ce sujet ne lui a toutefois été adressée, tant il est vrai qu'un parent dont le bambin est affaibli par une fièvre de 40 degrés ne va pas s'attarder sur l'appellation d'un cabinet.

Bien que membre de la Commission services de la Chambre d'économie publique, Jean-Claude Liechti n'a, pour sa part, pas contribué au développement de la marque et de la démarche qui l'a entouré. Le Curgismondain, qui a monté son business il y a plus de 30 ans, a toutefois été «bluffé» par la marque d'attractivité. Son entreprise se nomme désormais Arc Fiduciaire Grand Chasseral SA. «Cela contribue à montrer notre approbation à ce mouvement d'ancrage régional. Embrasser cette nomenclature est une manière de dire «bravo les gars, beau travail.»

L'entrepreneur n'a pas encore achevé la mise en place

Un intérêt marqué



La Fondation possède la propriété intellectuelle du logo et de la campagne de communication. Grand Chasseral est une marque territoriale déposée, mais libre à chacun de faire usage de la locution, qui n'est, elle, pas protégée.

Keystone/Jean-Christophe Bott

“**La région s'affirme désormais à part entière, à travers cette identité.**”

Jean-Claude Liechti

A la tête d'Arc Fiduciaire Grand Chasseral SA

de cette transformation, sur son site internet ou sur ses courriers. Mais sa démarche véhicule un message. «Cela nous débarrasse de ce «Jura bernois», connoté par une bringue sempiternelle. La région s'affirme désormais à part entière, à travers cette identité.»

Et même au-delà

A ce stade du récit, on pourrait se dire qu'il n'y a que dans le Vallon, au pied de l'émblématique montagne, que l'on se rallie au mouvement. Julien Bichsel prouve le contraire, même si le Tramelot habite aujourd'hui La Chaux-de-Fonds. «Par amour», précise-t-il. Amateur de peau de phoque ou de randonnées à vélo, il admet cependant aimer le Chasseral et tant que terrain de jeu.

Propriétaire et directeur de la Régie de la Trame, il est à la tête de quatre sociétés, pour un total d'une dizaine de personnes. Dont l'une est dédiée à la gérance, au courtoage, à des expertises ou à l'administration de PPE: Grand Chasseral

Immo SA. «La dénomination ne m'a pas fait tilt d'emblée pour ma société, mais j'ai tout de suite adhéré au concept.» Pour lui, néanmoins, Grand Chasseral ne s'arrête pas aux frontières cantonales. «Nous nous sommes toujours dit qu'il manquait un nom qui puisse être compris loin à la ronde. Eh bien! c'était l'occasion.»

Basée à Sonceboz, l'antenne régionale de la Raiffeisen Grand Chasseral possède plusieurs agences dans toute la région. Loin d'elle l'idée de prendre la démarche pour argent comptant. Si elle s'y est aussi mise, c'est avec conviction. «Nous avons surfé sur la vague de la nouvelle marque, voyant l'ampleur que cette naissance a prise», relevait récemment Nicolas Wyss, directeur de l'antenne régionale de la banque, au micro de RJB. Une radio qui consacre un rendez-vous hebdomadaire à la thématique. «D'un point de vue marketing, cela a finalement changé peu de choses. La différence réside davantage dans les messages

que l'on peut véhiculer, et qui dit: «Nous sommes membres de cette grande marque.»

Solidarité, unité, visibilité

Sur les 40 communes de la région, seules deux n'ont pas postulé pour l'utiliser: Belprahon et Moutier. Pour des raisons qu'il n'y pas nécessité ici de rappeler. Carole Ristori, maire de la localité voisine de Crémises, elle aussi interrogée à ce sujet par RJB, croit fermement qu'il n'est pas ici question de se référer à une montagne, que l'on n'aperçoit pas depuis le Cornet. «Il s'agit d'une région, à plus forte raison que nous nous situons à l'autre extrémité géographique. Mais nous faisons pleinement partie du Grand Chasseral. Nous avons passablement d'atouts à faire valoir, et cette marque peut nous y aider.»

Solidarité, unité, visibilité, nous dit Carole Ristori. Qu'il s'agisse d'entités privées ou publiques, ce marqueur territorial, dit d'attractivité, a bien été pensé pour faire les affaires de tout le monde.

Trois questions à Patrick Linder

«Nous n'avons jamais reçu de message négatif frontal»

Président de la Fondation Grand Chasseral

Etes-vous surpris de voir des entreprises adopter la marque jusque dans leur nom?

Depuis le début du processus, la Fondation n'a jamais donné de recommandation, mais je constate d'un œil réjoui et avec fierté que cela déborde du périmètre de la marque d'attractivité.

Où se situe cette dernière, à l'heure actuelle?

Là encore, le consensus est très large et surtout très diversifié, puisqu'elle compte aujourd'hui plus de 300 utilisateurs. Des entités qui ont fait acte de candidature pour utiliser la marque, et dont le dossier a été étudié par un comité d'attribution dédié.

Après si peu de temps, le taux d'acceptation est élevé, selon les spécialistes. Comment convaincre ceux qui ne le sont pas encore?

Une fois de plus, la Fondation n'a jamais cherché d'adhé-

rents de manière proactive, laissant les demandes arriver à elle. Et ces changements de raisons sociales traduisent justement cette vitalité. Quant aux non-convaincus, nous n'avons jamais reçu directement de messages en ce sens. Que leur répondrions-nous, le cas échéant? Cela dépendrait des arguments mobilisés. Toujours est-il que nous ne maîtrisons que la marque, pas le nom en soi. Jusqu'ici, nous avons davantage enregistré des témoignages de soutien et de satisfaction.



Déploiement encore à ses débuts

Le 3 mars, le Grand Conseil se prononce sur un crédit d'1,5 million de francs à fonds perdu en faveur de la Fondation Grand Chasseral. But? Lui permettre de rembourser une partie des prêts accordés par les banques dans le cadre de la rénovation de La Couronne, à Sonceboz, porte d'entrée de la région et centre névralgique, regroupant les différentes institutions membres de la Fondation.

Ces derniers jours, la Commission ad hoc du Législatif cantonal a donné un préavis positif. Sera-t-elle suivie par les députés au Rathaus? «Dans le cas contraire, nous devrions revoir la structure du financement», analyse Nicolas Curty, caissier de la Fondation et président de

la Chambre d'économie publique du Grand Chasseral. «Cela nécessiterait alors de trouver des solutions quant à la durée des amortissements, de rechercher de nouveaux fonds.»

Une manne périodique, aussi?

L'institution s'appuie sur budget annuel de fonctionnement de 355'000 fr. Outre cette contribution cantonale unique, elle attend une réponse quant à sa demande de subvention périodique de 150'000 fr. annuels, qui est cette fois de la compétence du Gouvernement bernois. Là encore, un refus ne mettrait pas en péril ses activités, ou celle de ses membres, mais contribuerait certainement à ralentir ses projets.

Des idées dont elle, mais aussi les milieux culturels, sportifs, touristiques, agricoles ou encore les Communes, ne manquent pas. A La Couronne, premièrement, où l'on planche sur le développement d'une expérience immersive, qui permettra aux visiteurs ou touristes de découvrir les spécificités de la région. Mais aussi sur un endroit dédié, en l'occurrence la cave voûtée de la grande salle, au secteur culturel et à la créativité de ce coin de pays. Citons encore une démarche coordonnée avec les Municipalités, dont une partie souhaite un dénominateur commun pour leurs panneaux d'entrée de localité. Ou le déploiement de la marque lors d'événements, comme le Tour de Romandie.