

Pierre Maudet définitivement coupable

GENÈVE Un arrêt très attendu vient de tomber. Le Tribunal fédéral accepte l'essentiel du recours du Ministère public et conclut que l'ancien conseiller d'Etat doit être condamné pour acceptation d'un avantage en lien avec son luxueux voyage à Abu Dhabi

FATI MANSOUR
@fatimansour

Voilà une bien mauvaise nouvelle pour Pierre Maudet, à nouveau candidat aux élections cantonales. Dans un arrêt reçu ce mercredi par les parties, le Tribunal fédéral admet le recours du Ministère public genevois sur l'essentiel et annule la décision qui prononçait l'acquittement de l'ancien conseiller d'Etat dans l'affaire du voyage d'Abu Dhabi. La cause est renvoyée à la Chambre pénale d'appel et de révision qui devra revoir sa copie, reconnaître l'ancien ministre coupable d'acceptation d'un avantage et prononcer une peine. L'acquittement s'agissant du voyage est annulé pour les quatre prévenus. Soit Pierre Maudet, son ancien bras droit Patrick Baud-Lavigne qui l'accompagnait en ce mois de novembre 2015 ainsi que les deux spécialistes de l'immobilier, Magid Khoury et Antoine Daher, poursuivis pour avoir octroyé cet avantage en leur qualité d'organiseurs intéressés par un potentiel retour d'ascenseur. En revanche, l'acquittement des intéressés est confirmé en lien avec le financement d'un son-

dage en 2017, Pierre Maudet ayant reçu cet argent avec son étiquette de candidat et non pas de ministre.

Vision erronée

Aux yeux du Tribunal fédéral, comme des juges cantonaux d'ailleurs, ce voyage à forte dimension privée («hôtel, piscine, cigares et Grand Prix» selon la formule d'Antoine Daher, reprise dans l'arrêt) constitue bien un avantage indu d'une valeur d'au moins 50 000 francs s'agissant du ministre qui était accompagné de sa famille. Mon-Repos s'écarte du raisonnement juridique qui avait conduit à l'acquittement et souligne que le comportement de chacun des protagonistes doit être analysé pour lui-même, sans nécessiter de parallélisme entre les reproches faits à ceux qui gâtent et à ceux qui se laissent gâter. «Les infractions sont indépendantes l'une de l'autre, de sorte que, selon les cas, il est envisageable que seul le comportement de l'octroyant ou celui de l'acceptant soit punissable.»

Force est de constater, ajoute la décision, que tant Magid Khoury

(promoteur actif sur le canton) que la famille princière (très souvent en visite ou en quête de collaboration policière) avaient «des intérêts concrets à maintenir ou à développer de bonnes relations» avec l'autorité cantonale, notamment avec Pierre Maudet. Une situation dont ce dernier était conscient. Le Tribunal fédéral va même plus loin que le premier juge (qui avait condamné le ministre) et donne pleinement raison à l'analyse du Ministère public s'agissant de cette invitation déjà susceptible en soi d'être perçue comme une manœuvre visant à entretenir un climat favorable dans la perspective de s'attirer la bienveillance du conseiller d'Etat.

Malgré le fait d'avoir ressenti lui-même un malaise, sachant qu'il ne se comportait pas selon les usages qui prohibaient des présents d'une valeur de plus de 150 francs, «Pierre Maudet a néanmoins accepté de répondre favorablement à l'invitation au Grand Prix et de profiter de «son expédition en famille», tous frais payés, s'accommodant ainsi du risque de se voir reprocher d'avoir confondu ses intérêts privés

avec ceux liés à l'apparence d'un accomplissement libre et intègre de sa charge de conseiller d'Etat», souligne l'arrêt. Pierre Maudet et Patrick Baud-Lavigne – ce dernier ayant également été invité en raison de sa fonction de chef de cabinet – se sont dès lors rendus coupables d'acceptation d'un avantage. Magid Khoury et Antoine Daher, actifs dans l'obtention de cette invitation grâce à leurs contacts sur place, doivent quant à eux être condamnés pour octroi d'un avantage, le premier comme auteur «dans le but de favoriser ses relations» et le second comme complice.

«Contours très attendus»

Le dossier revient donc devant la Cour cantonale, qui n'aura guère de marge de manœuvre. Les juges devront reconnaître le quatuor coupable et fixer la peine que mérite cette luxueuse escapade émiratie, entreprise en violation d'une disposition visant à protéger l'impartialité du processus décisionnel des autorités ainsi que la confiance dans l'objectivité et la non-vénalité de l'action de l'Etat. Pour Me David Bitton, l'avocat d'Antoine Daher,

«le Tribunal fédéral a donné des contours plus précis et très attendus, peu connus jusqu'à ce jour, sur la notion d'octroi d'un avantage. Mon client n'a pas honte de revendiquer une fois de plus sa totale ignorance de cette infraction au moment des faits. Cette issue est une demi-victoire pour lui puisque la Haute Cour a confirmé, contrairement à l'accusation, son rôle subalterne et périphérique.»

Au nom de Magid Khoury, Mes Marc Hassberger et Guillaume Vodoz, déplorent une décision «qui pose problème pour les justiciables issus du monde entrepreneurial, lesquels auront désormais intérêt à prendre des distances marquées vis-à-vis des acteurs publics». Les avocats ajoutent que leur client «conteste, encore et toujours, avoir eu la moindre intention d'octroyer un avantage dans le but de favoriser ses activités professionnelles.»

Me Jean-Marc Carnicé, à la défense de Patrick Baud-Lavigne, souligne le «caractère extrêmement incertain de la norme pénale et l'étendue des interprétations possibles» avant de «prendre acte d'une décision qu'il ne peut que regret-

ter, sous réserve de l'acquittement pour l'affaire du sondage qui est confirmé».

Enfin, les avocats de Pierre Maudet, Mes Grégoire Mangeat, Fanny Margairaz et Yaël Hayat, pointent eux aussi «les regards très différents et contradictoires portés par trois juridictions successives sur les limites exactes de cet article du Code pénal». La défense du ministre conclut: «Pour la classe politique, le message du TF est désormais clair: un agent public ne peut recevoir aucun avantage, quel qu'il soit et quels que soient les motifs de celle ou de celui qui l'accorde.» Une classe politique que Pierre Maudet aspire toujours à rejoindre en se portant candidat à l'élection au Conseil d'Etat genevois du printemps prochain et en faisant campagne avec une liste «Libertés et Justice sociale». Cette condamnation programmée ne l'empêche pas de rester dans la course, tout comme il l'avait fait en mars 2021 en se présentant à sa propre succession juste après le premier verdict de culpabilité. ■

Arrêt 6B_220/2022 du 31 octobre 2022

Un «Grand Chasseral» pour mieux vendre le Jura bernois

BERNE La marque territoriale lancée par la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois doit permettre de mieux mettre en valeur les atouts de la région. Son originalité? Laisser de côté tant les milieux politiques que le nom «Jura bernois» lui-même

ALEXANDRE STEINER
@alexansteiner

Malgré ses paysages bucoliques et son industrie de pointe, le Jura bernois souffre depuis des décennies d'un déficit d'image et peine à se vendre. Partant de ce constat, des acteurs de la société civile – organisations économiques, agricoles, touristiques, culturelles – se sont unis en 2019 en créant la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois. Son but? Renforcer la notoriété et l'attractivité de cette région davantage connue pour ses déchirements politiques et identitaires que pour ses atouts. Une étape sera franchie ce vendredi avec le lancement d'une nouvelle marque territoriale: «Grand Chasseral».

Retrouver une identité et de la fierté

«Tandis que le Jura se fédérait autour de la création d'un nouveau canton, nous nous sommes peu investis dans des projets qui participeraient à notre identité propre ou à notre cohésion», déclare au *Temps* Richard Vaucher, qui préside la fondation ainsi que la Chambre d'économie publique du Jura bernois (CEP). «Notre démarche ambitionne au fond d'engendrer une dynamique, nouvelle et inclusive, pour les générations futures. Elle n'a pas de lien avec la fin de la Question jurassienne autre qu'une concordance temporelle», précise son secrétaire Patrick Linder, également directeur de la CEP. Il affirme que l'idée germe depuis une dizaine d'années.

Avec «Grand Chasseral», la fondation entend offrir un outil permettant de coordonner des efforts de communication jusqu'ici disparates. «Nous avons un tissu économique très riche, que ce soit dans la microtechnique, l'horlogerie, le chocolat, les produits du terroir ou les énergies renouvelables. Mais ces éléments n'ont jamais été mis en perspective et ils passent inaperçus», poursuit Richard Vaucher. Pour changer la donne, un important travail de concertation a été fourni afin de dégager des valeurs derrière les-

quelles chaque acteur peut s'identifier: inventivité et précision, harmonie, pérennité, nature et environnement.

La marque retenue présente plusieurs avantages, selon Patrick Linder: «Déjà, c'est une expression intraduisible qui affiche notre identité francophone, certes basée dans un canton bilingue. Et puis, la plupart des Suisses parviennent à placer le Chasseral sur une carte. Quant à la notion de grandeur, elle permet d'englober l'ensemble de notre territoire tout en suscitant un sentiment de fierté.» Si le travail des PME de la région rayonne dans le monde entier, beaucoup ne peuvent le dire en raison des accords de confidentialité qui les lient à leurs clients. «Nous devons sortir de notre retenue un peu trop humble et montrer que nous avons de l'ambition», assène Richard Vaucher.

«Instaurer une marque ne veut pas dire que l'on change le nom du territoire politique. La réflexion est économique»

YVAN AYMON, MARKETING TERRITORIAL

Bien que les marques territoriales soient monnaie courante en Suisse depuis une quinzaine d'années, le projet de la Fondation pour le rayonnement du Jura bernois se distingue sur deux points essentiels. Premièrement, il n'est pas piloté par un canton ou des collectivités publiques, mais par des acteurs privés. «Nous avons clairement une vision entrepreneuriale et nous voulons avancer à un rythme industriel», relève Patrick Linder. En clair, pas question de retomber dans des débats identitaires stériles qui ralentiraient le processus.

«Ce modèle de gouvernance est vraiment intéressant car il intègre dès sa conception une variété de secteurs (industrie, tourisme, agriculture, etc.) bien plus large que ce que l'on observe habituellement», analyse Nicolas Babey, doyen de l'Institut du management des villes et du territoire

de la HE-Arc, à Neuchâtel. «En portant une vision ambitieuse et commune, cette intelligence collective limite les risques de silotage qui compliquent généralement l'application et l'appropriation de telles stratégies à large échelle.»

Evacuer le politique permet également d'éviter les changements d'orientation stratégiques qui peuvent survenir à chaque renouvellement des autorités. Ce qui est un avantage pour des projets qui ne montrent généralement leurs effets qu'à long terme et nécessitent donc une vision durable.

«Favoriser les synergies»

La deuxième particularité de cette marque réside dans le fait que le nom choisi ne s'appuie pas sur celui du territoire à valoriser, le Jura bernois. «C'est très rare de procéder ainsi», relève Yvan Aymon, spécialiste en marketing territorial associé au projet. Avec sa société Ertenz conseil, il a notamment participé à la création des marques Valais et Vaud +. «Dans le cas du Jura bernois, il était intéressant d'abandonner une terminologie marquée historiquement [par la Question jurassienne, ndr] pour repartir d'une plage blanche en se tournant vers l'avenir.» N'y a-t-il pas un risque de fâcher une partie de la population très attachée à l'idée même de «Jura bernois»? «Il est primordial de comprendre qu'instaurer une marque ne veut pas dire que l'on change le nom du territoire politique. La réflexion est exclusivement économique», répond Yvan Aymon. Il précise qu'une trop grande importance est généralement accordée au logo et au nom retenus pour une marque territoriale: «Ce n'est pas l'enjeu prioritaire. L'essentiel est qu'ils permettent de fédérer les acteurs qui les utiliseront afin qu'ils s'engagent dans le développement de leur région, ce qui semble être le cas ici.»

Plus qu'un outil de communication, «Grand Chasseral» doit donc permettre de favoriser l'émergence de synergies sur le terrain. Ce projet est d'ailleurs intrinsèquement lié à la stratégie économique 2030 élaborée par la CEP, qui liste plus de 200 mesures à réaliser pour donner un nouvel élan au Jura bernois. «C'est essentiel, conclut Nicolas Babey. Car le plus grand danger dans ce type d'initiative est de faire du marketing sans avoir de contenu à vendre.» ■

MAIS ENCORE

Réduction du budget pour les vaccins Covid-19
Les dépenses fédérales pour 2023 ont été retouchées par la Commission des finances du Conseil des Etats. Elle propose d'accroître plusieurs enveloppes, mais veut réduire le budget pour l'achat des vaccins Covid-19. Ce poste devrait être réduit de 82 millions, indiquaient hier les services du parlement. Par 6 voix contre 2, la commission estime que le nombre de doses prévues est trop élevé. (ATS)

A Yverdon-les-Bains, le parking de la discorde

VAUD La nouvelle majorité de gauche a fait passer de 1000 à 430 places le projet de parking souterrain concocté lors de la précédente législature. Inacceptable pour la minorité de droite qui a rompu la collégialité

YAN PAUCHARD
@yanpauchard

Les questions de stationnement sont souvent sources de tensions dans de nombreuses villes romandes. A Yverdon-les-Bains, elles sont explosives. Pour la présentation de son nouveau projet de parking souterrain, redimensionné par rapport à celui de la précédente législature, la deuxième commune du canton de Vaud s'est offert hier une rupture de collégialité de la minorité de droite. Le PLR évoque la possibilité de lancer une initiative populaire afin de faire s'exprimer la population. Une éventualité qui fait planer une ombre sur la cité thermale, tant la ville s'était déchirée en 2012 à l'occasion d'une votation concernant la réalisation de la route de contournement.

Pour comprendre cette crise, il n'est pas inutile de rappeler que ce parking souterrain est un véritable serpent de mer qui hante la politique yverdonnoise depuis le milieu des années 1960. Une kyrielle de projets ont été lancés. Aucun n'a abouti. L'idée est toujours la même: enterrer l'actuel parking de la place d'Armes et libérer l'esplanade. En mars 2019, les autorités pensaient avoir enfin débloqué la situation. A la suite d'un accord politique inédit «pare contre crèche», le PS avait accepté de soutenir le projet d'un parking souterrain d'envergure (1000 places) porté par le syndic PLR de l'époque Jean-Daniel Carrard, en échange d'investissements financiers dans le domaine de l'accueil de jour. Un partenaire privé avait été trouvé, la société Parking Place d'Armes SA (AMAG et Marti). Ce projet a cependant depuis suscité plusieurs objections de la part du canton lors de la procédure d'examen préalable. Surtout, au printemps 2021, la municipalité

est passée à gauche. Après de nombreux mois d'études, la nouvelle majorité rose-verte présentait donc hier son projet, largement revisité. Elle ne parle plus de parking souterrain, mais de «hub de mobilité», comprenant 430 places de parc, auxquelles sont ajoutées 160 cases pour les deux-roues motorisés, ainsi qu'une vélostation d'une capacité de 1000 cycles. Le syndic socialiste Pierre Dessemontet assume: «Nous croyons en ce projet aussi ambitieux que novateur. Il représente un compromis viable techniquement et réaliste politiquement.»

«Tuer le cœur commerçant»

La municipale de l'Urbanisme, la Verte Carmen Tanner, a insisté sur l'importance de s'inscrire dans la «perspective d'une mobilité durable», défendant un projet qui répond tant aux contraintes des Accords de Paris, du Plan climat cantonal que de la loi sur l'aménagement du territoire et du projet d'agglomération. Un dessein soutenu par l'ensemble de la gauche, le PS se félicitant dans un communiqué d'«une solution équilibrée» permettant de sortir «d'une vision passéiste du tout-pour-la-voiture digne des années 1950».

Mais, à droite, le redimensionnement important du parking est inacceptable. «Nous passons de 1000 places à 430, dont 100 pour le P+R et 30 pour les voitures de location. Il n'en resterait donc que 300 pour les habitants», s'insurge le municipal PLR Christian Weiler, qui a décidé de rompre la collégialité, soutenu par son parti. Pour l'élu, Yverdon-les-Bains doit assumer son rôle de ville centre du Nord vaudois et proposer suffisamment de capacité de stationnement. Il redoute que la diminution du nombre de places ne finisse par «tuer le cœur commercial» de la ville, dont la moitié de la clientèle vient de l'extérieur. Christian Weiler s'inquiète enfin d'une possible rupture de contrat avec le promoteur privé. Ce dernier est «ouvert à poursuivre la collaboration», assure de son côté Pierre Dessemontet. Pour l'heure, il n'y a pas d'accord. ■