

objectif emploi

SERVICE DE L'ÉCONOMIE ET DE L'EMPLOI
OFFICE RÉGIONAL DE PLACEMENT



Romain Bürki

Il ne jure que par les produits
du terroir

Fondation Medhop

Élargissement des prestations

Zone d'activités microrégionale

Fort essor à Glovelier

La ZAM, poumon économique plein de souffle

Au cœur du Jura, la zone d'activités microrégionale de Glovelier n'en finit pas d'enregistrer l'arrivée de nouvelles entreprises. Le point.

Eric Dobler, président du comité de la ZAM depuis le 1^{er} janvier 2023, qui regroupe les communes de Haute-Sorne, Saulcy et Boécourt, a été nommé à la suite de son entrée en fonction comme maire de Haute-Sorne. « Le Conseil communal de Haute-Sorne estime en effet opportun de donner une vision politique à cette zone, déclare-t-il. Je m'occupe pour elle des relations avec les services de l'Etat jurassien, le gouvernement, les autres agglomérations et suis également chargé de faire de la prospection pour attirer de nouvelles entreprises. »

Si la ZAM a passablement fait parler d'elle ces derniers mois, c'est en raison de l'arrivée annoncée du groupe Riche-
mont, spécialisé dans l'industrie du luxe,

qui y a acquis un terrain de 15'000 m², précisément dans la ZAM 2 (voir encadré), pour transférer son usine Varinor de Delémont (200 postes de travail actuellement) à Glovelier, où elle côtoiera sa « collègue » Cartier, marque d'horlogerie-joaillerie emblème du groupe.

Le premier coup de pioche d'un nouveau bâtiment pourrait être donné dès ce printemps pour une ouverture au premier semestre 2026. À la clé, une centaine d'emplois pour commencer, dont le nombre devrait considérablement augmenter au fil du temps. À terme, les édifices des deux marques avoisineront les 300 m de long...

Emplois à haute valeur ajoutée

« Désormais, nous avons un peu de temps devant nous pour former au plan régional les employé-e-s à haute valeur ajoutée dont Riche-
mont aura besoin – une société par ailleurs à la pointe en termes de prestations sociales. En amont, nous avons rencontré le gouvernement. Celui-ci s'est enquis auprès du groupe du personnel requis, ce qui a été apprécié par ses responsables », raconte Eric Dobler.

Si Cartier vient dans le Jura, poursuit le maire de Haute-Sorne, c'est notamment parce que le marché est asséché sur la Riviera, voire dans le canton de Fribourg voisin, contrairement à notre région. Nous avons par conséquent une très belle carte à jouer. Et allons collabo-

rer avec les employeurs jurassiens afin qu'ils préparent leurs apprentis à intégrer ces fleurons industriels. »

Une bonne nouvelle ne venant jamais seule, on a appris, fin 2023, que le constructeur de machines-outils Crevoisier SA et sa centaine d'emplois allait quitter Les Genevez pour s'implanter à Glovelier (sur 15 à 16'000 m²), faute de pouvoir s'étendre sur son site actuel.

D'autres projets dans le pipeline

« À l'état de projets pour la ZAM – horizon 2026 s'ils se concrétisent –, citons encore l'entreprise delémontaine Tim-saph, qui conçoit la matière première des saphirs et H2bois, déjà à Glovelier, producteur d'hydrogène vert. Dans leur demande conjointe de permis de construire sur la même parcelle, les deux entités souhaiteraient mutualiser les voies d'accès – la seconde nécessite une vaste surface d'exploitation. »

Eric Dobler cite enfin les contacts établis avec PanGas, pour l'heure établie à Delémont, premier fournisseur helvétique de gaz techniques, médicaux et spéciaux avec de nombreuses prestations y relatives, ainsi que JDASWISS, à Glovelier, active dans le décolletage de composants de haute technologie pour l'industrie horlogère, le domaine médical et la connectique.

Texte : Didier Walzer

Photo : Stéphane Gerber, Agence Bist



Eric Dobler, maire de Haute-Sorne et président du comité de la ZAM devant celle-ci, à Glovelier : « Le succès de cette dernière s'explique par son emplacement au cœur du Jura, son accessibilité et la possibilité de trouver du personnel qualifié. »

Des critères d'implantation stricts

Actuellement, la ZAM, divisée en quatre parties – la première est complète et n'a plus de terrain à disposition –, compte 14 entreprises. « La deuxième est à 40% occupée et, avec ce que nous avons dans le pipeline, devrait atteindre 66%. Or, nous devons parvenir à ce pourcentage pour lancer la procédure d'ouverture d'une zone supplémentaire », explique Eric Dobler, maire de Haute-Sorne et président du comité de la ZAM, dont la surface totale se monte à 319'400 m².

Pour s'y établir, une société doit être à haute valeur ajoutée/employer du personnel très qualifié, proposer 20 emplois à plein temps au minimum et utiliser rationnellement le sol.



Éditorial

La montée en puissance des produits régionaux et du terroir

Par Olivier Girardin, directeur de la Fondation Rurale Interjurassienne

La fin de l'année a rimé avec fêtes, retrouvailles, convivialités et plaisirs de la table. Les produits régionaux et du terroir occupent une place centrale sur les marchés de Noël. Mais est-ce uniquement un phénomène saisonnier et les produits du terroir sont-ils de niche ? Cette question nous occupe à la Fondation Rurale Interjurassienne (FRI) et nous nous investissons avec les partenaires régionaux, dont l'Association des Producteurs de Produits Régionaux, pour développer les circuits courts et les faire entrer dans notre alimentation de base. Lorsque l'on analyse le chiffre d'affaires des produits estampillés « Jura l'Original » et « Grand Chasseral » – les deux marques sont certifiées « regio.garantie » –, on obtient un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions de francs par an. Ce montant reflète l'importance économique des produits du terroir « Juraregion », qui ne sont plus des produits de niche, mais de plus en plus des produits de consommation courante.

La tendance générale est à la hausse, même si nous avons ressenti un tassement après l'essor des années Covid. Le potentiel de développement est encore important, même si l'inflation met le budget des ménages sous pression et que l'alimentation représente souvent le premier poste où des économies sont réalisées. Mais dans le même temps, la sensibilité au réchauffement climatique amène les consommateurs à privilégier de plus en plus régulièrement les produits régionaux. Notre alimentation représente en effet plus du quart de notre impact en termes d'émissions de CO2 et il est reconnu qu'une alimentation privilégiant les circuits courts contribue à réduire cet impact. Une consommation alimentaire responsable implique également une réduction du gaspillage alimentaire et les produits régionaux contribuent à cette diminution. Le questionnement sur la composition de notre assiette nous amène égale-

ment à réfléchir à l'équilibre de notre alimentation et au respect de la pyramide alimentaire. Une alimentation équilibrée et de saison contribue ainsi à l'amélioration de l'environnement, de la santé et de notre bien-être. Il y a, dans ce domaine, encore des efforts conséquents à fournir, mais cela peut se faire de manière non culpabilisante et au contraire engageante. L'intégration des produits régionaux et bio dans la restauration collective en général et les restaurants du CEJEF (Centre jurassien d'enseignement et de formation) en particulier offre encore un important potentiel de développement. La FRI est heureuse de pouvoir relever ce nouveau défi avec le département de la formation de la République et canton du Jura et les directions des divisions artisanale, commerciale et santé-social-arts.

Voir pages 6, 7 et 8

Sommaire N° 59 | Janvier 2024

« L'économie de proximité me parle, où l'argent va dans la poche de petits producteurs et non dans celle de grands actionnaires. »

Romain Bürki, propriétaire du Mini-Marché, à Delémont

2

Zone d'activités microrégionale (ZAM) à Glovelier

Des terrains attractifs pour les entreprises, qui s'y pressent

4-5

Fondation Medhop, à Porrentruy

Le nouveau directeur, Olivier Etique, présente les nouveautés

6-7

Mini-Marché, à Delémont

Le propriétaire, Romain Bürki, joue la carte régionale au maximum

8

Le commerce jurassien souffre mais ne rompt pas

Interview de Thomas Schaffter, président de l'Association du commerce jurassien



Olivier Etique, directeur de Medhop : « En prenant mes fonctions, j'ai été surpris et je me suis rendu compte de la fragilité de la vie en côtoyant les participant-e-s aux cours. »

Medhop, l'adaptabilité, maître-mot de l'avenir

Le centre bruntrutain de formation pour adultes a fêté ses 30 ans en 2023 et un nouveau directeur, Olivier Etique, a pris ses fonctions voici 3 ans. L'occasion d'un premier bilan avec celui qui planche sur l'élargissement de la palette des prestations de l'institution pour en garantir la pérennité.

Rappelons que Medhop est un centre de formation où l'on acquiert des connaissances en bureautique – avec une branche DAO, soit le dessin assisté par ordinateur – et de l'expérience pratique dans les domaines administratif et économique. Il compte 20 employé-e-s, dont trois apprentis de commerce, soit une quinzaine d'équivalents plein temps (EPT), parmi lesquels 11 formateurs.

Lorsqu'il est entré en fonction le 1^{er} décembre 2020, Olivier Etique a été surpris et s'est rendu compte de la fragilité de la vie en côtoyant les participant-e-s aux cours. « En quelques instants, à la suite d'un accident ou d'une maladie, tout peut basculer. C'est bouleversant de rencontrer quelqu'un obligé d'abandonner une activité professionnelle passionnante pour repartir à zéro. Je suis impressionné par la résilience dont certain-e-s savent faire preuve. »

De même, il avoue avoir sous-estimé le temps que prend la gestion des ressources humaines. « C'est un aspect prépondérant, qui nécessite une vue d'ensemble sur quantité de paramètres afin de pouvoir mettre en place une culture d'entreprise où chacun s'épanouit. Pour ma part, il est nécessaire d'offrir les condi-

tions de travail permettant au personnel de se sentir bien sur son lieu d'activité. »

Ceci étant dit, une des premières missions d'Olivier Etique a consisté en la clarification des prestations de la fondation avec ses partenaires, une étape en voie de finalisation.

Etroite collaboration avec l'assurance-invalidité

Le « public-cible » est issu de l'assurance-invalidité (AI). Ainsi, grâce à Medhop, des personnes qui ne peuvent plus, en raison d'une maladie ou d'un accident, exercer leur profession initiale, ont la possibilité de découvrir le travail administratif/commercial et de s'initier à la bureautique. Par exemple un maçon désormais inapte à œuvrer sur un chantier apprendra les bases de ce nouveau domaine d'activité s'il est intéressé à un emploi sédentaire.

Quant aux demandeurs d'emploi inscrits à l'ORP, ils y bénéficient d'une expérience formative en entreprise de pratique commerciale (EPCO), permettant d'établir et de développer leurs compétences et leur aptitude au placement. Ils y fonctionnent exactement comme dans une entreprise ordinaire et emmagasinent de

la pratique. Dans ce cadre, nous disposons de tous les départements usuels : comptabilité et ressources humaines notamment. Il convient dès lors d'assurer le secrétariat, effectuer des achats/ventes, de traiter les paiements, etc. Il existe même une cellule marketing où l'on peut, entre autres, organiser de petites campagnes ad hoc pour dynamiser

Olivier Etique, portrait

Olivier Etique, 52 ans, a effectué un apprentissage de commerce à l'Office des poursuites de Porrentruy, suivi par une formation d'économiste d'entreprise auprès de la Haute école de gestion Arc (anciennement ESCEA), à Neuchâtel.

Le Delémontain et Ajoulot d'origine (Bure) a auparavant travaillé et 18 ans durant comme responsable financier au Service de l'action sociale (SAS), dans la capitale.

Marié à Tatiana, il est père d'un garçon de 21 ans, Louis, qui étudie la psychologie à l'Université de Lausanne (UNIL).

un produit qui a du mal à être écoulé ou liquider un stock.»

L'institution bruntrutaine est dépendante des aléas de la conjoncture. «S'il y a moins de chômage, la courbe des participants à nos mesures descend. Toujours dans le cas d'une économie en pleine forme, nous sommes moins sollicités par l'AI, les employeurs choyant leurs collaborateurs pour éviter qu'ils aillent voir ailleurs et il y a, parallèlement, moins de pression sur leurs épaules, ce qui réduit les maladies psychiques», analyse Olivier Etique.

Nouvelles pistes

Pour faire face à ces incertitudes et garantir une fréquentation optimale de son établissement, le directeur planche sur deux axes principaux: «D'une part, nous comptons élargir nos prestations afin qu'elles répondent toujours mieux aux besoins de nos partenaires. Dès ce mois de janvier, nous mettons donc en place une mesure d'observation et d'évaluation d'une durée de trois mois destinée aux allocataires de l'assurance-invalidité pour définir avec eux dans quelle(s) direction(s) professionnelle(s) ils souhaitent s'engager. Nous avons les outils susceptibles d'aider à affiner nos choix pour trouver les solutions les mieux adaptées à chaque profil.» En même temps, notre interlocuteur vient d'instaurer une phase de transition, qui n'existait pas jusqu'alors, entre les cours de bureautique et le passage dans l'entreprise de pratique commerciale. «Une nouvelle prestation rendue nécessaire par les difficultés rencontrées par certain-e-s pour passer directement des cours mentionnés à ladite entreprise.»

D'autre part, Olivier Etique se mobilise pour la recherche de nouveaux publics-cibles. Dont, entre autres, ceux de l'Association jurassienne d'accueil des migrants (AJAM). «Un fort pourcentage d'entre eux est au bénéfice d'un niveau de formation supérieur et une bonne maîtrise des langues nationales, apprises rapidement. Il conviendrait de les préparer comme il se doit au monde du travail dans notre pays. Dans cette voie, nos cours de bureautique et notre entreprise de pratique commerciale sont tout indiqués pour contribuer à ce qu'ils soient immédiatement opérationnels dans différentes fonctions.»

Pour le responsable, cette approche inédite recèle un potentiel manifeste.

Parmi les projets, citons encore le réaménagement des locaux de l'immeuble qui abrite la fondation (et lui appartient), situé au numéro 7 de la rue du 23 Juin, à Porrentruy. «La manière de travailler dans les domaines administratif et commercial change. Or, nous devons adapter notre outil à l'économie «réelle». Actuellement, nous évoluons davantage dans un open space proposant quelques endroits intimistes dévolus à certaines tâches. Pour être dans l'air du temps, nous allons progressivement créer des espaces davantage flexibles et collaboratifs, comprenant salles de réunion et zones de travail. Les bureaux de demain ressembleront à des espaces de coworking alliant agilité et flexibilité.»

Réforme de l'apprentissage de commerce

D'une manière analogue, la réforme de l'apprentissage de commerce a commencé en août dernier et la première volée de Medhop y est confrontée. «Il s'agit d'un défi supplémentaire auquel on doit s'habituer. La révision consiste essentiellement à prendre en considération que les tâches administratives et de saisies routinières diminuent, alors que de nouvelles compétences – travail en équipe, gestion de projet – sont requises.» Enfin, Olivier Etique est particulièrement attentif à l'intelligence artificielle et la digitalisation en constante évolution. «Cela va clairement influencer la manière d'apprendre, savoir comment trouver l'info pour répondre aux besoins, à une époque

où des outils ultraperformants feront tout à notre place. Mais sera-ce fiable?...»

Concrètement, notre interlocuteur souhaiterait offrir des postes de travail permettant justement à celles et ceux qui les occupent de répondre à la demande actuelle à ce niveau, voire la précéder. «Idéalement, quiconque sortant de Medhop à l'avenir pour rejoindre une entreprise devrait être capable d'apporter une véritable valeur ajoutée, car nous aurons été à la pointe de la formation en IA notamment.»

Une place centrale dans la société

Medhop a donc fêté ses 30 ans en 2023. Et son directeur estime que la fondation aura toujours sa place dans la société, car le monde du travail ne cessera de générer des professionnels obligés de se réorienter vers de nouveaux emplois dont ils n'auront pas forcément les connaissances/compétences, à la base, pour les exercer, «d'où l'intérêt de notre entreprise de pratique commerciale. De surcroît, on l'a vu, avec l'expansion de l'intelligence artificielle, l'adaptabilité deviendra plus que jamais le maître-mot. Pour une partie des personnes concernées qui se forment aujourd'hui et qui ont déjà cette révolution en tête, pas de problème; en revanche, ce n'est pas le cas pour d'autres, qui auront donc besoin de nous pour se mettre à jour et acquérir toutes les connaissances pour être à nouveau employées».

medhop.ch

Texte : Didier Walzer

Photo : Stéphane Gerber, Agence Bist

Medhop, dans le détail de ses prestations

En moyenne, 50 participant-e-s fréquentent mensuellement les cours de la fondation. Elle forme des personnes de 18 à 60 ans – autant de femmes que d'hommes –, issues de tous les horizons professionnels. Son public est à l'image de la population, extrêmement hétéroclite.

Quatre-vingts pour cent d'entre eux sont issus de l'assurance-invalidité (AI) et y suivent une formation en bureautique. Quinze à 20% proviennent des ORP et un faible pourcentage de l'aide sociale.

Pour faciliter l'engagement des participant-e-s provenant de l'AI, Medhop développe un lien direct avec les entreprises. Le cas échéant, ces dernières bénéficient de mesures d'accompagnement – la charge financière du stage ne repose pas sur elles.

Deuxième prestation possible, l'allocation d'initiation au travail (AIT), qui peut durer jusqu'à six mois avec un contrat de travail – ici, l'AI participe au salaire. «Enfin, il est aussi possible de prévoir des stages d'observation dans l'économie pour les assurés. Cela permet d'évaluer si la fonction qu'ils occupent leur plaît et dans quelle mesure elle est adaptée à leur problématique de santé», explique le directeur de Medhop, Olivier Etique.

Le Mini-Marché joue la carte de la proximité avec succès

Le Mini-Marché, à Delémont, tenu par Romain Bürki, représente une alternative de qualité aux enseignes de la grande distribution. Il tire son épingle du jeu grâce à des produits de proximité (dans la mesure du possible), ses conseils avisés, le choix de l'assortiment et des prix souvent concurrentiels par rapport à ceux de surfaces plus volumineuses.

«Concernant ma manière de faire, j'essaie de dépendre le moins possible de contrats de livraison. C'est pourquoi je ne suis affilié à aucun groupe ou chaîne de magasins. J'aime collaborer avec des gens que je connais. C'est à 99% le cas. Cela permet l'instauration d'une relation de confiance qui m'incitera ensuite à revendre leurs produits.»

La philosophie de Romain Bürki est également de contribuer à faire tourner, dans la mesure du possible, les structures locales et régionales, voire, si impossible, suprarégionales ou nationales. «En préambule, je vais faire le maximum pour obtenir prioritairement un article du coin plutôt que celui d'un groupe international. Cette économie de proximité me parle, où l'argent va dans la poche de petits producteurs et non dans celle de grands actionnaires. Si je mise sur la provenance, la qualité est parallèlement primordiale à mes yeux.»

Actuellement, 35% de son assortiment est jurassien, dont 50 à 60 sortes de fromages, des farines, spiritueux, bières, diverses douceurs – caramels, biscuits, confitures –, pommes de terre, courges (pour la première fois en 2023) et cafés. Le 10% de l'ensemble est bio.

«Je ne suis donc pas une enseigne alternative, ce que je trouve personnellement psychorigide.»

Un assortiment spécifique qui représente 30% du chiffre d'affaires.

De même, en début de saison, il dispose de 52(!) raclettes différentes, 100% helvétiques «et notre propre mélange pour fondue, numéro 3 – le 4 sort début 2024 – et, plus généralement, six sortes de fondues régionales».

Une démarche évidemment plus compliquée pour les melons, entre autres.

«Cependant, nous ne prenons pas ceux du Brésil, mais nous approvisionnons en Espagne, Italie, France, où les charentais sont excellents, toujours dans l'idée de nous ravitailler le plus près possible. Idem pour les asperges, souvent sud-américaines (du Mexique ou du Pérou) dans les grandes surfaces avant le début de la saison. Au Mini-Marché, on les commandera au plus loin en Espagne, sinon France ou Allemagne et, idéalement, en Suisse.»

Toujours à la recherche de nouveautés

Sans cesse à l'affût d'inédit, le gérant du Mini-Marché écume les allées du Concours Suisse des produits du terroir, à Courtemelon et celles du Salon suisse des goûts et terroirs à Bulle (FR), ainsi que divers autres événements consacrés aux produits bio.

Pour son approvisionnement, le quinquagénaire (54 ans) se base en outre sur les recommandations de ses clients, divers contacts additionnels et affinités également.

Lié à ce qui précède, le service à la clientèle est prépondérant aux yeux du cuisinier de formation. «Nous essayons de la conseiller au mieux à propos de ses demandes spécifiques. S'il s'agit de commander un produit, nous allons le faire et aussi renseigner, si souhaité, sur sa provenance, comment il a été élaboré, par quoi il peut potentiellement être accompagné lors d'un repas, etc. Et, dans une démarche similaire, informer sur les alternatives possibles si l'article de base est indisponible.»

Fibre formatrice

Le Mini-Marché, à Delémont, salarie 12 personnes (7,5 emplois à plein temps, répartis entre 8 femmes – surtout des vendeuses – et 4 hommes). Le gérant, Romain Bürki, secondé dans les tâches administratives par son épouse Diane, mise aussi sur les apprentis. «La formation me tient à cœur, indispensable pour pouvoir disposer de bons professionnels», estime le patron.

Actuellement, deux jeunes, Rita et Arnaud, apprennent le métier de gestionnaire du commerce de détail. Ils sont respectivement en première et deuxième année.

Le gérant joint lui-même volontiers les actes à la parole, lui qui, au sortir de l'école obligatoire, a effectué un apprentissage de cuisinier et, en 2018, soit 30 ans(!) exactement après l'obtention de son premier CFC, a passé avec succès les examens en candidat libre pour devenir gestionnaire du commerce de détail. «Afin de former un apprenti dans un domaine spécifique, il est en effet nécessaire de disposer du certificat fédéral de capacité correspondant.»

Par ailleurs, le Delémontain a engagé, en janvier 2020, un réfugié politique érythréen comme chauffeur-livreur à 40%, une démarche réalisée en collaboration avec l'AJAM (Association jurassienne d'accueil des migrants).

Ce passionné joue cartes sur table : il vend encore des produits qu'il considère industriels, notamment des friandises pour enfants et de la nourriture pour chiens et chats, mais c'est à défaut, selon lui, car il n'arrive pour l'heure pas à trouver de substituts correspondant à ses aspirations.

« Contrairement à l'industrie agro-alimentaire qui impose ses prix aux producteurs, notre commerce préfère rémunérer les producteurs régionaux aux prix justes. »

Un fonctionnement qui ne l'empêche nullement d'être enchanté de la marche de ses affaires.

On le complimente régulièrement sur le vaste choix dans ses rayons.

« C'est vrai que j'essaie d'y maintenir des produits spécifiques, par exemple les pistaches vertes pour les terrines, même si ce n'est pas un produit que l'on vend tous les jours. Mais elles sont difficiles à obtenir, même en grande surface. »

Prix concurrentiels

Quid du montant auquel ses articles sont vendus ? Au hasard, il estime que le beurre des Reussilles coûte moins cher qu'un aliment comparable chez les deux géants orange, le fromage régional à la coupe, les fruits et légumes affichant sensiblement le même prix. « Après, cela dépend bien sûr de leur provenance et si le duo mentionné fait un prix sur certaines



Romain Bürki est propriétaire depuis 5 ans du Mini-Marché, à Delémont, une enseigne qui a ouvert en 2008 et dont il a assuré la gérance à partir de 2011. Elle se distingue par ses produits de proximité.

denrées venant de destinations lointaines, auquel cas il est clair que nous ne pouvons pas nous aligner. »

Quant à la clientèle, elle est essentiellement delémontaine et des environs immédiats.

Et, à en croire notre interlocuteur, très satisfaite de son travail. « Elle

apprécie ces articles de proximité et les producteurs, eux, de bénéficier d'un point de vente où ils peuvent les commercialiser et être référencés. »

Traiteur à ses heures

Enfin, le résident de la capitale, même s'il n'en fait pas une promotion énergique, a aussi une activité de traiteur depuis les débuts de son magasin.

Il propose des fondues toutes prêtes jusqu'au pain coupé avec le matériel ad hoc, ainsi que des plats apéritifs composés exclusivement de produits du terroir. « Cet exercice a pris passablement d'ampleur, surtout en raison du bouche-à-oreille positif. »

Le professionnel est en mesure de servir jusqu'à plusieurs centaines de personnes simultanément dans le cadre de fêtes d'entreprises, d'anniversaires, de mariages, etc.

Ce qui élargit encore le cercle de ses clients.

www.minimarche.ch

Texte : Didier Walzer

Photo : Stéphane Gerber, Agence Bist

À la rescousse des derniers magasins d'alimentation de village

Romain Bürki ne peut se résoudre à la disparition des dernières épiceries dans les petites localités, devenant, selon lui, des villages-dortoirs.

Lorsque cela s'est passé voici quelques mois à Develier – après Cornol et Courtedoux, entre autres –, l'intéressé et des fournisseurs locaux ont décidé de reprendre l'unique magasin, puis le rouvrir en janvier 2024.

« Le but est de procéder comme avec le Mini-Marché, autrement dit d'être le plus local possible au niveau de l'assortiment avec des heures d'ouverture adaptées aux besoins de la clientèle », indique le propriétaire du Mini-Marché, à Delémont, convaincu qu'il existe un modèle économique viable pour de tels commerces.

« Nous essayons d'élaborer avec Olivier Lapaire, du domaine d'activité Filière alimentaire et espace rural à la Fondation Rurale Interjurassienne, à Courtemelon, un cahier des charges destiné aux municipalités concernées, qui renseignent sur les aides qui peuvent être apportées et le type de locaux nécessaires pour l'ouverture/le maintien d'un magasin d'alimentation. À ce titre, celui de Develier aura valeur de modèle test pour l'avenir. »

« Consommation en ligne et tourisme d'achat péjorent le commerce jurassien »

Interview de Thomas Schaffter, président de l'Association du commerce jurassien.

Quel est le bilan de santé actuel du commerce jurassien et quelles sont les perspectives pour 2024 ?

Il faut impérativement que les coûts de la vie n'augmentent pas davantage, car, sinon, il y aura une répercussion directe sur la consommation et les commerçants locaux.

Comment le commerce jurassien se remet-il de la crise du Covid ?

Il fait face à deux défis importants : le tourisme d'achat et la consommation en ligne. Mais de nombreuses enseignes font preuve d'inventivité pour rester attractives.

Le commerce de détail est-il touché par les difficultés de recrutement, lot de nombreux domaines d'activité ?

Dans la restauration, cela reste relativement compliqué, un peu moins pour le commerce de détail.

Que peut-on dire des contrats-types de travail dans la vente ?

Ce contrat-type décrété par l'Etat permet de garantir un respect des salaires minimaux. Les problèmes de non-respect sont des cas très isolés.

Comment les commerçants jurassiens réagissent-ils à l'augmentation de l'inflation et des loyers ; répercutent-ils ces hausses sur leurs produits ?

Ce n'est pas aussi simple, car les articles sont souvent disponibles sur d'autres sites et une différence de prix trop importante peut rapidement éloigner le consommateur. Les commerçants doivent rester compétitifs vis-à-vis d'internet et du tourisme d'achat ; la hausse des loyers implique souvent, malheureusement, une diminution de leur marge.

Les particuliers fréquentent-ils moins les commerçants jurassiens, précisément pour les mêmes raisons, en y ajoutant l'accroissement des primes maladie ?

Comme ils ont moins d'argent, dépensent-ils différemment ?

La Suisse reste un îlot de cherté dans beaucoup de secteurs, et si le coût de la vie augmente sans cesse, le panier de la ménagère diminue forcément, ce qui a un impact direct sur le niveau de consommation.

L'Association du commerce jurassien – AC-Ju – a-t-elle des idées/projets pour booster les ventes de ses membres ?

Elle a lancé son bon d'achat cantonal juste avant l'arrivée du Covid et ensuite bénéficié d'un programme de soutien au commerce local qui a permis de réinjecter 5 millions de francs en bons d'achat cantonaux dans nos commerces et restaurants, grâce à une réduction de 15% prise en charge par l'Etat. Aujourd'hui, l'AC-Ju propose également un bon d'achat numérique sur son site www.ac-ju.ch.

Propos recueillis par Didier Walzer
Photo : Stéphane Gerber, Agence Bist



Thomas Schaffter : « Si le coût de la vie augmente sans cesse, le panier de la ménagère diminue forcément, ce qui impacte directement le niveau de consommation. »

P.P.
CH-2800 Delémont 1
Poste CH SA

IMPRESSUM

Objectif Emploi est édité par le Service de l'économie et de l'emploi (SEE) dans le cadre de sa fonction d'observation du marché du travail, au service de tous les acteurs intéressés par le marché du travail au sens large. Alimenté par des collaborateurs, ainsi que par des spécialistes ou personnalités invitées, le magazine traite du marché du travail sous tous ses aspects, notamment économiques, sociaux ou encore juridiques.

Rédaction : Didier Walzer, Nicolas Ackermann

Impression : Pessor SA

Tirage : 3500 exemplaires

Parution : trimestrielle

Prix : gratuit

Contact : questions générales, demandes d'exemplaires supplémentaires, modifications d'abonnement, propositions de sujets : didier.walzer@jura.ch ou tél. 032 420 52 10.