

Zeitschrift: Défis / proJURA
Herausgeber: proJURA
Band: 1 (2003)
Heft: 4: Visions communes

Artikel: Image et promotion : un effet d'entraînement
Autor: Boillat, Stéphane
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-823919>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Image et promotion: un effet d'entraînement

Il y a quelques années, lorsque Saint-Imier a voulu relancer son offre en matière de promotion économique, et que l'équipement d'une zone industrielle puis l'établissement d'un Parc technologique furent décidés, il est bien vite apparu que ces efforts ne seraient pas complets s'ils ne s'accompagnaient pas d'une réflexion sur l'image de la commune.

Créer une image

Créer une image n'est pas chose simple dans une commune. Il est indispensable que la population, les partis politiques et les entreprises soient impliqués. La nouvelle image doit être adoptée et retenue, de manière à acquérir force et stabilité ; sinon, elle ne sera qu'un slogan publicitaire éphémère.

A Saint-Imier, le travail d'élaboration du nouveau concept de communication a été mené par la commission économique et le conseil municipal (exécutif), en partenariat avec une agence de communication. Finalement, après consultations, l'image «Saint-Imier, terre d'énergies» a été retenue et mise en forme.

La terre fait référence à l'attachement pour notre région magnifique et la force de sa nature. L'énergie renvoie à celle de saint Imier qui défricha le lieu, à celle do-

mestiquée par les horlogers pour entraîner le mécanisme d'une montre, ainsi qu'aux énergies renouvelables, solaire et éolienne, établies sur le territoire communal.

Tous les documents de communication de la commune (papier de correspondance, site internet, annonces, etc.) ont été adaptés. Cette image a été bien reçue et, chose heureuse, elle a souvent été reprise par des associations, des particuliers ou des institutions.

Asseoir l'image

Développer une image n'est pas un but en soi. Des mesures concrètes doivent l'accompagner.

Outre le développement économique, Saint-Imier a choisi d'investir ses énergies dans le tourisme. Notre com-

Une commune de taille moyenne, telle que Saint-Imier (4800 habitants), peut-elle élaborer un concept de promotion économique sans se préoccuper de son image ? Nous pensons que tel n'est pas le cas et nous souhaitons présenter la démarche suivie par Saint-Imier. Nous verrons qu'en définitive une image bien acceptée est de nature à faciliter la réalisation de nouveaux projets.

mune a construit un bâtiment résolument moderne pour accueillir l'office du tourisme et le Parc régional Chasseral, premier du genre en Suisse. Elle a soutenu la rénovation du funiculaire menant aux éoliennes et à la centrale solaire, ainsi que la construction d'un observatoire astronomique et d'un centre équestre.

Enfin, un parcours thématique retraçant l'histoire horlogère sillonne la cité horlogère et en complète l'offre. Il est

tout naturellement nommé : Energies horlogères.

L'image «Saint-Imier, terres d'énergies», à laquelle les acteurs de la vie communale se sont identifiés, a très certainement eu un effet d'entraînement facilitant la décision de réaliser ces nombreux projets. A leur tour, ceux-ci viendront conforter cette image et, par leurs visiteurs, en assureront la diffusion, à des coûts finalement modestes. Telle est du moins la stratégie mise en place. ■


SAINT-IMIER
TERRE D'ÉNERGIES



**Par
Stéphane Boillat**

Maire de Saint-Imier