

Zeitschrift: Les intérêts de nos régions : bulletin de l'Association pour la défense des intérêts jurassiens

Herausgeber: Association pour la défense des intérêts jurassiens

Band: 55 [i.e. 56] (1985)

Heft: 1: Promouvoir l'économie jurassienne : un conte de fées?

Artikel: La fonction de délégué économique communal... : une histoire de fée

Autor: Landesberger, John von

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-824269>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.02.2026

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

La fonction de délégué économique communal...

UNE HISTOIRE DE FÉE



par John von LANDESBERGER.

Lors de l'assemblée générale 1984 de l'ADIJ, M. John von Landesberger a présenté son action de délégué économique prévôtois. Ses réflexions méritent l'attention de toutes celles et tous ceux qui se préoccupent de l'avenir économique de notre région.

Seul regret de la rédaction du bulletin: le texte ci-dessous ne donne qu'un pâle reflet de l'humour dont les propos de M. von Landesberger étaient imprégnés, ainsi que de la compétence et de la chaleur humaine avec lesquelles il a animé la discussion qui a suivi son exposé.

Vous m'avez prié de vous parler des fonctions d'un délégué économique dans une ville comme Moutier. Je m'efforcerai de répondre à votre souhait le mieux possible, en précisant d'emblée que cette tâche n'est pas aisée.

En effet, si l'objectif – élever le produit brut de la ville – est évident, la description des modalités de sa réalisation n'est pas aisée. Pour beaucoup, la fonction dépend des particularités de celui qui l'assume: de l'expérience qu'il a acquise au cours de sa carrière professionnelle, des partenaires avec lesquels il a traité des affaires et qui sont restés ses amis, de sa conscience, de la sûreté de son jugement, de sa persévérance (notamment lorsqu'il doit nager à contre-courant) et enfin de la petite – mais si nécessaire – part de chance dont chacun de nous a besoin pour voir le succès couronner ses efforts. Désirer le succès ne suffit pas, il faut le susciter par de multiples travaux bien préparés.

Connaître le contexte local et régional

Quand une ville envisage-t-elle la création d'un poste de délégué économi-

que? Généralement, cela survient lorsque tout ne va pas aussi bien qu'on l'aimerait, que les places de travail diminuent, qu'une certaine insécurité se fait sentir parmi la population, et que ce sentiment d'insécurité exige une réponse que les autorités ne peuvent pas donner immédiatement.

La fonction d'un tel délégué est bien connue. Plus il possède de pouvoirs, plus sont grandes les chances qu'il réalise un travail efficace et évite les obstacles placés sur son chemin. Pour aider le délégué à éviter ces obstacles, il est très utile que la ville mette à sa disposition une commission, comme c'est le cas à Moutier.

Si les projets d'implantation de nouvelles industries proviennent en général de l'extérieur, il paraît sage de les présenter à la commission, qui examinera s'ils pourront être acceptés par les habitants. Deux exemples: une fabrique de produits chimiques, avec ses problèmes de gaz d'échappement et ses résidus nocifs, est-elle souhaitée par la collectivité? A quelles conditions? Une installation de galvanisation peut-elle être envisagée?

Bons hôtels et restaurants jurassiens

Vous pouvez vous adresser en toute confiance aux établissements
ci-dessous et les recommander à vos amis



DELÉMONT

HÔTEL DU MIDI

Spécialités: poissons de mers
Menu gastronomique

Oscar Broggi
066 22 17 77

BONCOURT

HÔTEL DE LA LOCOMOTIVE



Salle pour banquets 80 à 90 places
Petite salle avec carte: spécialités,
scampis, grenouilles, truites, etc.
Vins des meilleurs crus

M. Gatherat
066 75 56 63

TAVANNES

HÔTEL ET RESTAURANT DE LA GARE

Hôtel réputé de vieille date pour sa cuisine
soignée et ses vins de choix - Petites
salles pour sociétés - Parc pour autos et
cars

Fam. A. Wolf-
Béguelin
032 91 23 14

DEVELIER

HÔTEL DU CERF

Cuisine jurassienne - Chambres - Salles

Charly Chappuis
066 22 15 14

DELÉMONT

HÔTEL VICTORIA

Restaurant de spécialités

Famille
Roger Kueny
066 22 17 57



Restauration :	lundi-mardi	jusqu'à 1 h
	mercredi-dimanche	jusqu'à 2 h
Discothèque-bar :	lundi-mardi	jusqu'à 2 h
	mercredi-dimanche	jusqu'à 3 h

2800 Delémont - Derrière la gare - Téléphone 066 22 84 33

MOUTIER

HÔTEL SUISSE

Accueillant
Grandes salles
Chambres tout confort

Famille
C. Brioschi-Bassi
032 93 10 37



Restaurant de la Poste - Glovelier

☎ (066) 56 72 21 - Famille Mahon-Jeanguenat

Bien situé au centre du Jura - Entièrement rénové,
avec salles à manger et salles pour banquets et
réunions. Fermé le lundi dès 14 heures



Hôtel-Restaurant de la Gare

2725 Le Noirmont

G. & A. Wenger - Tél. (039) 53 11 10
Spécialités selon saison et arrivages
Menu du jour - Chambres tranquilles

SAIGNELÉGIER

HÔTEL BELLEVUE

Cent lits - Chambres (douche et W.-C.)
Sauna - Jardin d'enfants - Locaux aménagés
pour séminaires - Tennis - Prix spéciaux en week-end pour skieurs de fond

Hugo Marini
039 51 16 20

SOULCE

RESTAURANT DE LA CROIX-BLANCHE «AU PALEU»

Spécialités campagnardes
Lard - Saucisse - Terrine
Fermé le lundi

Marianne et
Marc Beuchat
066 56 78 18

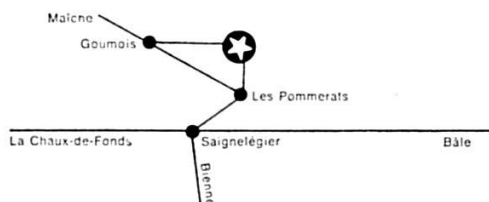


Hôtel-Restaurant

A L'EIGLE "1900"

*Son cadre « Belle Epoque »
Sa salle à manger « Xavier Stockmar »
Sa pizzeria Son bar Son grill*

Fam. G. Borruat-Thiévent
Fbg de France 5
2900 PORRENTUAY
Tél. 066 66 24 24



AUBERGE DU MOULIN-JEANNOTAT

Truites aux fines herbes
Pain de ménage cuit au four à bois
Dortoirs pour groupes

Famille P. Dubail-Girard
Tél. 039 51 13 15

MONTANA

RESTAURANT «LE BELVÉDÈRE»

Cuisine régionale

Laurent
Degoumois
027 41 17 63

La Birse pourra-t-elle supporter la pollution qui en découlera tôt ou tard? A Moutier, la commission me communique sa connaissance des produits et des capacités des industries locales et me permet ainsi de mettre en contact les industriels étrangers avec des partenaires prévôtois potentiels.

Il va de soi que le délégué économique communal doit entretenir des bonnes et cordiales relations avec son homologue cantonal. Il doit en effet non seulement comprendre les problèmes du canton mais aussi veiller à y intégrer son action, de manière à ce que ses propositions ou préavis puissent être pris en compte par les autorités cantonales à qui la loi confère des compétences en matière de crédits et d'autorisations diverses. En tout état de cause, le délégué doit être conscient qu'il ne peut espérer voir affluer à lui tous les crédits municipaux ou cantonaux.

Quelques rêves... et certaines réalités

S'agissant du type d'entreprise qu'il conviendrait d'attirer dans sa ville, le délégué économique rêve à une maison placée au premier rang dans sa spécialité, qui pourrait apporter de ce fait des connaissances nouvelles aux habitants de la localité. Par exemple, une usine d'ordinateurs, ou un centre de programmation. Il lui arrive aussi de songer à une entreprise produisant ou élaborant des robots, des ordinateurs et d'autres appareils électroniques. Avec de telles entreprises sur la place, la jeunesse aurait l'occasion d'acquérir une spécialisation dans des domaines qui influenceront l'économie de notre pays dans un avenir très proche.

A contrario, le délégué devrait renoncer à chercher des entreprises susceptibles de provoquer des conflits en matière de protection de l'environnement. Je suis

convaincu que l'on ne peut pas ignorer le mouvement actuel en faveur de la protection de la nature. Il faut prévoir que des industries qui affectent l'environnement suscitent une opposition acharnée, qui contraint les producteurs à améliorer leurs procédés de fabrication... ou à cesser leur production!

Les problèmes que présente l'industrie chimique pour une ville ont été récemment mis en lumière par l'accident survenu à Genève. Pourtant, dans les cas dont j'ai connaissance, les problèmes ne sont pas tant dus à l'impossibilité d'éviter la pollution, qu'à l'indifférence de la société productrice ou au prix élevé des installations destinées à protéger l'environnement. Mais les choses changent. Ainsi, on a vu il y a quelques années une usine de Turin qui avait pollué longtemps la région modifier ses méthodes à une vitesse étonnante. La condamnation de son directeur à plusieurs années de détention dans la – très inconfortable – prison de Naples y était peut-être pour quelque chose...

Je crois que nous avons tous une responsabilité envers nos familles et que nous devons lutter pour que nos enfants et petits-enfants jouissent d'un monde qui leur permettra de vivre en bonne santé.

Le «profil» idéal

Pour revenir plus précisément au sujet de mon exposé, je vous propose d'examiner les principales caractéristiques du délégué économique «idéal» :

Discrétion

Il doit être d'une discrétion absolue et ne se livrer à aucun commentaire sur les dossiers qui lui ont été confiés. Il doit agir comme un banquier, qui garantit le secret à ses clients.

Intégrité

Son intégrité, son honnêteté doivent naturellement être au-dessus de tout soupçon.

Connaissance de l'économie locale

Il doit essayer de comprendre la nature des relations commerciales des entreprises de sa ville.

Ouverture d'esprit

Il doit être franc et prêt à accorder sa confiance. Ce n'est pas toujours facile, car par l'instinct, plus on devient âgé, plus on devient prudent. Mais on ne peut inspirer confiance que lorsqu'on est soi-même disposé à faire confiance, même si on doit évidemment s'attendre à être parfois trompé et à payer l'erreur avec tristesse.

Expérience professionnelle

Une expérience personnelle en matière commerciale et industrielle est importante : un bilan et un calcul de profits et pertes en disent beaucoup à qui sait les lire. Le délégué éprouve un peu le sentiment d'un musicien qui se rend compte, en lisant la partition, si un orchestre interprète bien ou mal un morceau donné. Souvent, le jugement du délégué sur un « bilan déséquilibré », comme on dit, est une question d'instinct.

Compréhension humaine

Il doit respecter les désirs d'un entrepreneur, ne pas lui barrer le chemin, essayer de l'aider. Bien sûr, le délégué sera souvent amené à lui demander : « N'avez-vous pas considéré tel ou tel problème ? Avez-vous vu tel ou tel piège ? » S'il reçoit des réponses positives et solides, le délégué ne peut – comme l'entraîneur d'un boxeur qui combat sur le ring – qu'attendre et espérer...

Capacité d'écoute et de conseil

Il doit savoir écouter. Si nécessaire, il doit pouvoir donner des avis d'ordre financier ou conseiller à l'entrepreneur qui s'adresse à lui de consulter un avocat, un comptable, un ingénieur... puisque le délégué ne peut pas fonctionner comme tel.

Comme on l'aura donc vu, les problèmes sont vastes et le délégué doit concevoir son rôle comme celui d'un conseiller officieux, discret, si possible sage mais surtout optimiste et positif. Il doit pouvoir dialoguer avec son interlocuteur, et, parfois, avec beaucoup de tact et de prudence, lui suggérer un changement de cap.

Les contacts extérieurs

Après avoir considéré le potentiel industriel et humain de sa ville, le délégué doit s'interroger sur les contacts à créer, qui conduiront éventuellement à l'implantation d'une nouvelle entreprise.

Les Chambres de commerce

Il doit en premier lieu chercher à entrer en relations avec les différentes Chambres de commerce établies en Suisse, parfois en en devenant membre.

La Chambre de commerce allemande en Suisse est spécialement bien gérée. Elle dispose d'une large expérience et a connu de beaux succès. Elle s'occupe avec bonne volonté de faciliter l'implantation en Suisse d'entreprises allemandes. Elle protège ces dernières par l'intermédiaire d'un expert fiscal – membre de la gérance de la Chambre – qui les conseille et leur évite des conflits avec le fisc allemand.

La ville de Moutier a adhéré à cette Chambre et a assisté à deux séances très intéressantes à Munich et à Francfort, auxquelles participaient 300 entreprises allemandes, qui avaient payé 600.– DM de droit d'inscription.

Qu'avez-vous obtenu? demanderez-vous. Nous avons remis notre brochure à chaque entreprise; nous avons obtenu des entretiens avec plusieurs d'entre elles et avons pu ainsi présenter – pendant un bref laps de temps – la ville de Moutier et ses désirs.

Les fiduciaires et les études d'affaires

Il convient aussi de se mettre en rapport avec les grandes fiduciaires suisses, leurs conseillers financiers et fiscaux. Ces contacts, comme ceux pris avec les études des avocats internationaux, ne sont jamais très faciles. Il faut bénéficier d'une excellente introduction, ou connaître personnellement ces gens, avoir travaillé auparavant avec eux, ou les avoir connus comme concurrents.

Ces études ne désirent pas perdre leur clientèle et il arrive rarement que l'une d'entre elles, établie en Suisse alémanique, incite son client à s'installer en Suisse romande, ou inversement. L'établissement à Moutier d'une banque privée, plus ou moins importante, favoriserait l'implantation de holdings ou autres sociétés analogues. A cet égard, Genève et Lausanne présentent de grands avantages du point de vue fiscal, même si leur taux d'imposition proprement dit n'est pas très attractif.

Quelle est l'importance des relations entre les études, les conseillers fiscaux internationaux et leur clientèle? J'aimerais évoquer mon expérience personnelle.

En 1959, Philco Corporation a été établie à Fribourg par un avocat de Genève, M^e Lenz. Uniroyal a été établie par la même étude Lenz, tout comme Chrysler, la banque Warner, Mac Gregor, etc... Les grandes fiduciaires internationales recommandent leurs clients aux avocats de confiance établis dans les grandes villes suisses.

Les banques étrangères

Il est également important de maintenir des relations étroites avec les banques étrangères, qui ne souhaitent naturellement pas perdre leurs clients, mais ne leur refusent pas une aide lorsqu'il veulent s'établir dans notre pays.

Ainsi, la Kommerzbank d'Allemagne a mentionné Moutier dans une de ses circulaires, en indiquant que la ville recherchait des contacts. La Bayerische Landesbank Girozentrale a envoyé la brochure de présentation prévôtoise à chacune de ses 30 filiales en Bavière, avec une lettre d'introduction.

Les relations publiques

Il paraît essentiel d'entretenir des contacts et de les faire fructifier. Une des méthodes préconisées généralement est la visite personnelle. Cela demande du temps... et de l'argent. A mon avis, ces visites ne se justifient que si une affaire est en train de se concrétiser. Je préfère travailler par téléphone ou par correspondance, grâce à la brochure que nous avons publiée en trois langues « Investir à Moutier, succès assuré ».

Toujours dans le domaine des relations publique, on peut organiser des visites de la ville pour des journalistes qui pourraient par la suite récompenser cet effort en publiant une série d'articles. L'engagement d'un organisme de relations publiques, comme Hill et Knowlton serait sans doute efficace... mais des questions financières entrent en jeu et la ville de Moutier ne peut pas encore se le permettre. Par contre il est possible – et nous allons le faire – de rédiger des articles en allemand et en anglais à propos de Moutier, de ses industries, de sa vie et essayer de les faire paraître dans certains journaux économiques et commerciaux de l'étranger.

La connaissances des lois fiscales étrangères

Le délégué doit sélectionner les pays dont les lois fiscales et sociales suscitent des réactions de rejet chez leurs citoyens et leurs industriels. Dans cette catégorie de pays, on trouve la Suède, la Norvège, la Finlande, le Danemark, la Hollande et la Belgique. Le délégué doit maîtriser les problèmes fiscaux helvétiques, mais aussi ceux du pays d'origine des clients potentiels qu'il désire persuader de venir s'implanter dans sa ville.

Plusieurs pays, par exemple les Etats-Unis et l'Allemagne, ont promulgué des lois destinées à décourager l'émigration des sociétés ou des individus fortunés. Prudent, le délégué étudiera soigneusement les lois en vigueur dans le pays d'origine de son futur client. Au besoin, il consultera un expert fiscal de ce pays (si possible un ami avec lequel il a déjà travaillé et qui, en conséquence, le conseillera gracieusement) de manière à maîtriser les problèmes de son client potentiel *avant* d'ouvrir sa saison de chasse et sa campagne de vente.

Il ne faut en effet jamais, au grand jamais, que le client constate la moindre erreur ou la moindre inexactitude dans la présentation du délégué. Ce dernier doit être aussi bien préparé que pour un examen universitaire, car toute erreur lui fait perdre sa crédibilité. Un client anxieux, qui s'adresse à des experts fiscaux de son pays ou à d'autres experts suisses peut être considéré comme perdu (à 70%). Un autre expert helvétique tentera certainement de lui « vendre » sa propre cité, en lieu et place de celle du délégué. C'est donc à ce point précis que les choses se décident et que les négociations du délégué peuvent s'orienter vers la vallée ensoleillée du succès ou se perdre dans le chemin brumeux ou boueux de l'échec... et rien

n'est plus difficile que de dégager un char enfoncé dans la boue !

Les foires commerciales

Le délégué s'efforcera de visiter des foires commerciales et, au moyen de sa brochure de promotion, il essaiera de susciter l'intérêt. Il tentera de sélectionner des entreprises qui pourraient relativement facilement s'intégrer dans sa ville, par exemple par leur taille, la nature et la qualité de leurs produits. Pour Moutier ou les autres localités du Jura, il convient d'éviter les entreprises trop grandes, si l'on désire éviter une répétition de l'affaire Firestone à Pratteln.

Les contacts avec la Suisse allemande

Enfin, les entreprises de Suisse allemande ne saisissent pas toujours que des affaires leur échappent parce qu'elles ne disposent pas, en Suisse romande, d'un bureau de vente dans lequel on parle français couramment. Dernièrement, une entreprise bâloise avec qui j'étais en contact m'a confirmé que ses ventes s'étaient sensiblement améliorées dès que son bureau de Lausanne avait entretenu des relations commerciales en employant un français correct. Peut-être existe-t-il là une possibilité de promouvoir un développement dans une ville comme Moutier !

Optimisme et patience

Pour conclure, je voudrais attirer l'attention sur une ultime qualité dont le délégué doit disposer : une bonne proportion d'optimisme et de patience, qui doivent le soutenir pendant les mois de préparation. Il n'y a rien que je connaisse qui exige plus de préparation, qui demande plus de temps que l'opération qui consiste à convaincre une entreprise d'investir dans un nouveau pays. A tous les problèmes que je viens d'évoquer, s'ajoutent des aspects très personnels :

Madame et les enfants seront-ils heureux dans leur nouveau domicile? Seront-ils accueillis, acceptés par la société locale?

Si vous avez vaincu tous ces doutes, il reste encore et toujours la question que rien dans le monde n'est plus nerveux et tremblant... qu'un million de dollars! On doit donc avoir une grande foi dans sa

mission et être soi-même convaincu que la proposition que l'on formule résulte d'une étude approfondie et bénéficiera vraiment à son interlocuteur.

Le délégué économique n'a qu'un but à atteindre: augmenter la prospérité de sa ville, offrir de nouvelles places de travail. En bref, servir ses concitoyens.

J. v. L.