

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: 57 [i.e. 58] (1987)
Heft: 5: Le Marché-Concours de Saignelégier : l'impact économique

Artikel: Le Marché-Concours de Saignelégier : l'impact économique
Autor: Arnoux, Michel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-824482>

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: 12.01.2026

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

Le Marché-Concours de Saignelégier : l'impact économique

Par Michel ARNOUX, économiste



I. Introduction

C'est une évidence, le Marché-Concours est aujourd'hui une manifestation d'importance. De part le monde qu'elle draine, de part les flux économiques qu'elle engendre, la « Fête du Cheval » est devenue un des points forts de la vie économique et sociale des Franches-Montagnes.

Mais quelle est sa réelle importance ? Dans quelle mesure peut-on chiffrer sa dimension effective ?

C'est à cette question que nous allons tenter de répondre.

La méthode

Une distinction de principe s'impose dès que l'on considère cette manifestation :

1. le Marché-Concours proprement dit, avec comme source de renseignements la comptabilité du comité directeur ;
2. la fête dans toute son étendue, regroupant tous les éléments qui gravitent autour de la manifestation. Les renseignements sont dans ce cas plus difficiles d'accès. Les uns livrent leurs chiffres avec réserve ; les autres ne livrent rien du tout... fisc oblige ! Une étude approfondie étant hors de question dans le cadre de ce bulletin, nous avons fait jouer, sur la base fragmentaire des données récoltées, notre faculté d'estimation.

Précisons encore que tous les chiffres mentionnés sont en fait des moyennes. Nous avons travaillé principalement sur les années 1979 à 1986, remontant parfois jusqu'en 1975. La valeur des choses se modifie si rapidement de nos jours que remonter plus haut n'eût été d'aucun intérêt.

Nous commencerons donc par présenter le Marché-Concours comme on présente une entreprise, avec son personnel, son infrastructure, son budget. Puis nous parlerons de son « marché », en l'occurrence le public qui chaque année fait le déplacement de Saignelégier. Nous situerons pour terminer la place du Marché-Concours sur l'échiquier économique des Franches-Montagnes.

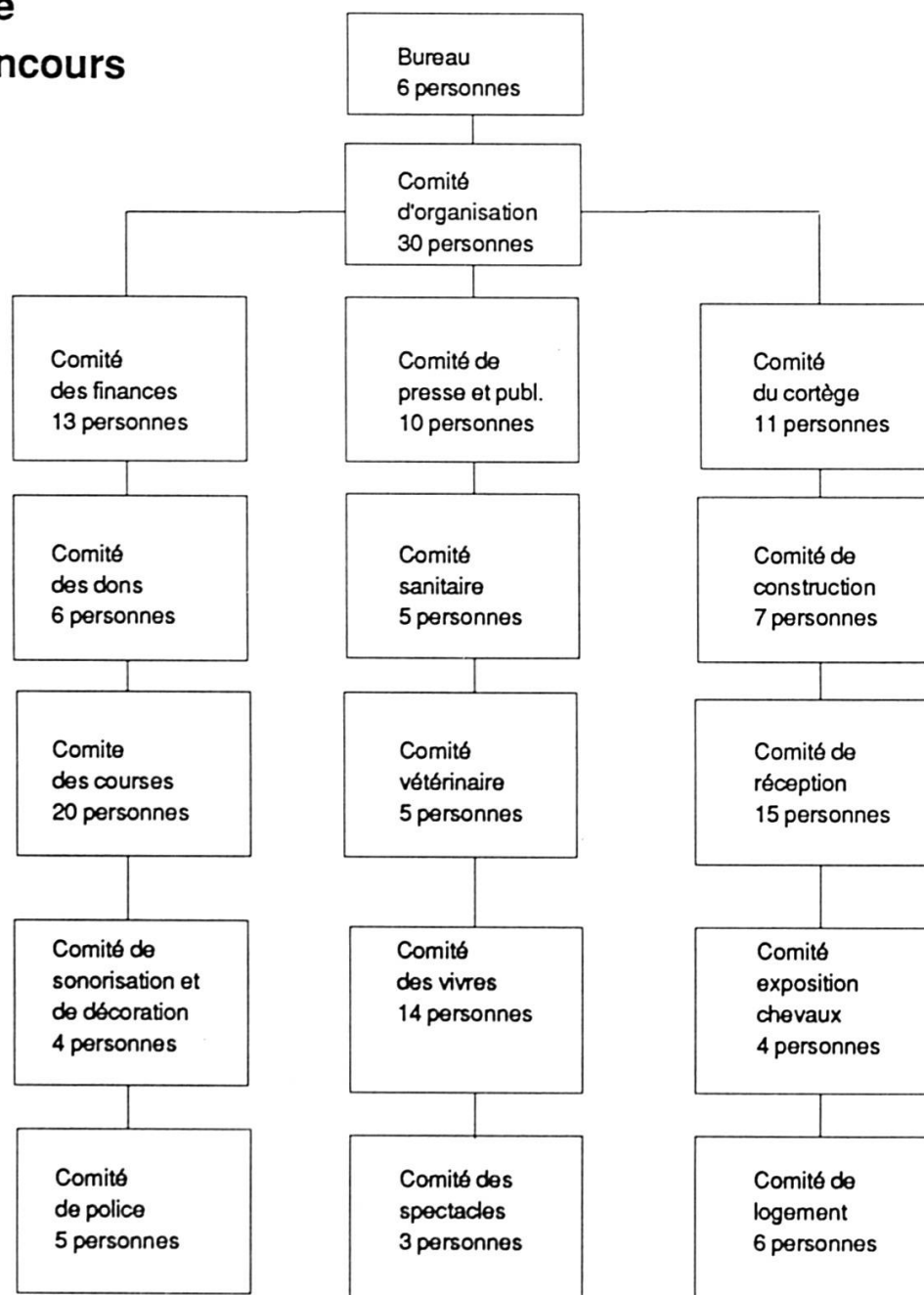


II. Le Marché-Concours : une entreprise

Il semblera probablement étrange au lecteur que l'on considère le Marché-Concours comme une entreprise. Evidemment, il ne s'agit pas d'une entreprise au sens légal du terme. Il n'en reste pas moins que le vocabulaire économique montre en l'occurrence une lacune

certaine, impuissant qu'il est à qualifier d'une façon satisfaisante une manifestation de ce type. Il faut ici rendre justice au Marché-Concours : comme toutes les vraies entreprises de la région, la Fête du Cheval participe au bien-être général. Mais n'allons pas trop vite.

Organigramme du Marché-Concours



Le personnel

- Personnel des comités : 128 personnes
- Total du personnel
(y compris police) : 500 personnes
- Charges salariales : 90 000.–

Aussi impressionnants que puissent paraître ces chiffres, ils ne sont rien à côté du nombre d'heures de travail effectuées au sein des différents comités ou dans l'anonymat du travail à domicile. Ce nombre d'heures n'est évidemment pas chiffrable, mais on se rend compte que, comme plusieurs autres grandes manifestations en pays jurassien (Fête du Peuple, Fête de l'Unité, Braderies diverses...), le Marché-Concours ne pourrait vivre sans le quasi-bénévolat de son personnel.

Ce personnel est recruté dans l'espace régional tout entier et chacun y va de ses compétences professionnelles, qui à la cuisine, qui à la comptabilité, qui à la construction des tribunes. On constate une grande constance et, d'une année à l'autre, on retrouve les mêmes personnes aux mêmes postes. Ce point revêt une grande importance puisqu'ainsi tous ces gens ajoutent à leur bénévolat une grande expérience, qui fait du Marché-Concours une entreprise aujourd'hui bien rôdée. Tout ce personnel assure la gestion d'un budget qui dépasse aujourd'hui les deux millions de francs.

« *Pas de sous, pas de Suisses* », disait-on autrefois, s'agissant des mercenaires. Les Francs-Montagnards démentent ce principe et montrent, à cette occasion, qu'ils savent privilégier l'intérêt régional par rapport au confort matériel. Ils doivent être conscients qu'il en va de la survie du Marché-Concours, comme nous le verrons plus loin.

Chaque comité recrute et dirige son personnel en complète autonomie. Il en rend compte au comité directeur, qui

regroupe le président général et les présidents de l'ensemble des comités.

L'infrastructure

Doté dès 1904 de sa halle-cantine, le Marché-Concours dispose aujourd'hui d'une infrastructure d'importance. Un vaste champ de courses, une halle de fête, des écuries pour abriter les 400 sujets présentés chaque année. Et pourtant, tout ceci est actuellement trop petit. L'infrastructure suit péniblement le développement de la manifestation. C'est pourquoi on adjoint à l'infrastructure fixe une infrastructure temporaire qui grève chaque année le budget d'environ 60 000.–. Mais reconnaissons qu'il est bien difficile de gérer une infrastructure capable d'accueillir 25 000 personnes et un millier de chevaux pendant un week-end, sans qu'elle s'avère pour autant disproportionnée le reste de l'année.

Le budget

Sans entrer dans les détails comptables, il nous a paru important de révéler au lecteur les grandes lignes financières du Marché-Concours.

Organiser un Marché-Concours n'est pas une mince affaire, peu s'en faut. Ceci essentiellement parce que la manifestation est très diverse. Du vendredi au dimanche se succèdent des courses officielles avec pari mutuel, des courses campagnardes, une exposition de chevaux avec classement, un cortège, plusieurs concerts de sociétés locales ou de sociétés invitées, deux banquets officiels deux bals populaires... Il s'agit de rendre attractive à la fois pour les spectateurs et les concurrents chacune des courses. De plus, comme on ne peut pas se fier uniquement aux inconditionnels du cheval, il faut aussi présenter aux autres spectateurs des concerts de qualité, un cortège haut en couleurs, des

Société Fiduciaire Suisse

fondée en 1906

Schweizerische Treuhandgesellschaft – Società Fiduciaria Svizzera
Swiss Auditing and Fiduciary Company

Vérification de comptes
Expertises, évaluations, arbitrages et conseil en
économie d'entreprise
Conseil en organisation d'entreprise
Conseil fiscal
Conseil juridique
Prévoyance en faveur du personnel
Gérance de patrimoines, mandats fiduciaires
Secrétariat et administration d'associations
Centre de calcul
Tenue et surveillance de comptabilités
Gérance d'immeubles

4002 Bâle

St. Jakobs-Strasse 25
Tél. (061) 22 55 00

6003 Lucerne

Hirschmattstrasse 36
Tél. (041) 23 74 47

4500 Soleure

Florastrasse 3
Tél. (065) 23 35 01

3001 Berne

Spitalgasse 2
Tél. (031) 22 74 64

6904 Lugano

Via Zurigo 5
Tél. (091) 23 81 12

8401 Winterthur

Römerstrasse 25
Tél. (052) 27 34 62

2801 Delémont

Route de Bâle 25
Tél. (066) 22 88 81

2001 Neuchâtel

Rue du Seyon 1
Tél. (038) 25 52 22

8027 Zurich

General-Guisan-Quai 38
Tél. (01) 202 42 50

1211 Genève 3

Rue du Marché 40
Tél. (022) 28 53 11

9001 St-Gall

St. Leonhard-Strasse 7
Tél. (071) 22 49 86

1001 Lausanne

Avenue Tissot 13
Tél. (021) 20 26 01

1951 Sion

Place du Midi 40
Tél. (027) 22 06 91

**Correspondants
dans le monde entier**



Publications

***Comment vous informer ?
Faites comme moi,
lisez les publications
de la SBS.
Elles sont d'actualité,
objectives et
de plus, gratuites!***



**Société de
Banque Suisse**

Une idée d'avance

Delémont et Porrentruy

orchestres de renommée. On ne peut négliger non plus les quelque mille convives, heureux de goûter à une cuisine campagnarde de qualité. Tout ceci représente donc un investissement très conséquent.

Les coûts fixes

Voyons pour commencer ce que nous appellerons les coûts fixes du Marché-Concours, c'est-à-dire les postes du budget que l'on trouve en colonne « dépenses » sans qu'ils aient d'équivalents en colonne « recettes ». Autrement dit, toutes les dépenses improductives mais cependant nécessaires à l'organisation d'un Marché-Concours. *(Rappelons que tous les montants indiqués sont fixés à partir de la moyenne des huit dernières années et d'une analyse de tendance pour les quatre prochaines années.)*

L'organisation du Marché-Concours représente un montant de 120 000.—. Ce montant représente la somme des frais de fonctionnement de tous les comités,

des taxes et indemnités de toutes sortes, des frais occasionnés par les invités, des factures diverses de consommation, de réparation, de matériel, etc.

Une manifestation de cette ampleur ne peut se concevoir sans assurances de toutes sortes, soit un montant de 6000.—.

N'oublions pas les impôts, facture de 2000.—.

Il faut ensuite préparer le champ de course, avec tribunes, barrières, palissades... soit un montant de 50 000.—. Sans compter la sonorisation et la décoration du tout, pour un montant de 17 000.—.

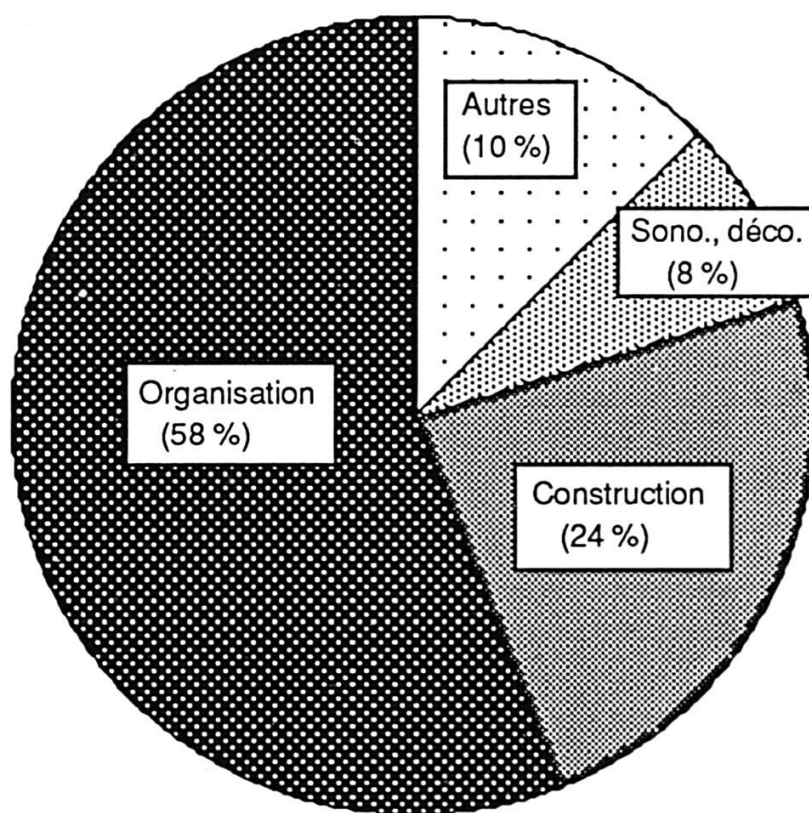
La location de locaux à la commune représente une somme de 4500.—.

A tout cela s'ajoutent encore les frais du service médical et vétérinaire (2000.—), les frais de logement et de transport des invités, membres du jury (1700.—), plus diverses factures de matériel, drapeaux, (3500.—). (Voir tableau en page 6.)



Coûts fixes : résumé

| <i>Postes</i> | <i>Francs</i> |
|--------------------------|------------------|
| Organisation | 120 000.- |
| Assurances | 6 000.- |
| Matériel | 3 500.- |
| Locaux | 4 500.- |
| Services sanitaires | 2 000.- |
| Sonorisation, décoration | 17 000.- |
| Impôts | 2 000.- |
| Logement, transports | 1 700.- |
| Construction | 50 000.- |
| Total | 206 700.- |



On voit donc que l'organisation d'un Marché-Concours nécessite un investissement de base supérieur à 200 000.—.

Les coûts variables

Il faut maintenant organiser les courses, les soirées, le cortège, accueillir les spectateurs, les nourrir, les distraire. Nous entrons alors dans ce que nous appellerons les coûts variables, c'est-à-dire les postes du budget que l'on trouve à la fois dans la colonne « recettes » et dans la colonne « dépenses ».

Les courses

On remarque d'emblée que ce poste est traditionnellement déficitaire. Mais depuis deux ans la tendance s'est inversée et on peut raisonnablement penser que ce secteur sera à l'avenir capable de s'autofinancer. Il ne sera en tous cas jamais un secteur de profit. L'investissement nécessaire se monte à 40 000.— pour une recette de même montant.

L'exposition de chevaux

Chaque année, le Marché-Concours accueille 400 sujets, nombre maximal permis par l'organisation actuelle. D'autre part, il a été décidé naguère d'attribuer, à titre de prime aux éleveurs, un montant forfaitaire indépendant de la comptabilité de ce poste. C'est ainsi que, bon an mal an, les éleveurs toucheront des primes sensiblement égales. Un fond spécial, alimenté chaque fois que les bénéfices généraux le permettent, a été créé à cet effet.

L'exposition nécessite une dépense d'environ 50 000.—, dont plus de 30 000.— à titre de primes, le reste étant balancé entre l'organisation, le matériel, le catalogue et le jury. Ce secteur rapporte en gros 13 000.—. D'où un déficit, lui aussi traditionnel, de plus de 37 000.—.

L'exposition de chevaux ne sera jamais un secteur à profit, c'est évident. Sa véritable vocation, fondement même du Marché-Concours, consiste à encoura-

ger l'élevage franc-montagnard par l'octroi de subventions. Nous dirons donc que le Marché-Concours injecte chaque année plus de 30 000.— dans l'élevage de la race Franches-Montagnes, somme non négligeable. Mais, chose plus importante que cet apport numéraire, le Marché-Concours offre aux éleveurs une occasion supplémentaire de vendre leurs sujets à un public élargi. C'est en quelque sorte un encouragement en espèces et une tribune permettant aux éleveurs de dépasser les frontières régionales du marché chevalin.

Le PMU

La journée du samedi, outre l'exposition des chevaux, est aussi consacrée aux courses officielles avec pari mutuel. Ce poste, même s'il brasse une quantité importante d'argent, est traditionnellement déficitaire. L'organisation de ces courses nécessite en moyenne 3 000.— à 4 000.—, certaines années jusqu'à 6 000.—. Cependant, les rapports, quoique déficitaires, sont toujours proportionnels. Il faut donc toujours compter avec un déficit moyen de 1 000.—. En revanche, le PMU attire quand même près de 5 000 personnes. De sorte que, à défaut de réaliser un bénéfice direct, les courses officielles du samedi permettent tout de même de réaliser des gains indirects (consommations des spectateurs, par exemple).

La publicité

Comme chacun le sait, on ne conçoit plus rien aujourd'hui sans publicité. Et a fortiori une manifestation qui, comme le Marché-Concours, dépend en dernier ressort du public, ne peut se passer de campagne publicitaire. Aujourd'hui, compte tenu de l'augmentation des coûts, la publicité engloutit une somme supérieure à 40 000.—. Dans ces conditions, il est évidemment difficile de dégager un bénéfice. Et les chiffres montrent

en effet que ce poste est depuis toujours déficitaire. Fort heureusement, le comité de presse et publicité, grâce à une intense « chasse aux annonceurs », a su faire tomber ce déficit de 26 000.– à 1200.– en l'espace de 8 ans. L'analyse de tendance montre cependant que, si l'on peut rêver d'un autofinancement de ce poste, il vaudrait mieux être raisonnable et compter avec un coût global de 5 000.–. C'est un minimum, car le Marché-Concours doit se faire encore mieux connaître : il n'échappera donc pas à un renforcement des coûts publicitaires.

Les entrées

Tout est en place pour accueillir maintenant les spectateurs. De leur nombre dépendra la rentabilité de la manifestation. Compte tenu de toutes les rentrées (vente des programmes, entrées aux courses, cortège, taxes de parcs, etc), les recettes moyennes se montent à plus de 190 000.– pour des dépenses moyennes avoisinant les 40 000.–. Ce poste dégage donc un profit de 150 000.–. Cependant, on constate une certaine érosion de ce bénéfice avec le temps, puisque les dépenses ont tendance à croître plus vite que les recettes. C'est ainsi qu'en 1986, le bénéfice n'a été « que » de 142 000.–, soit sensiblement moins que la moyenne. Comme on le verra plus tard, s'agissant des spectateurs, cette érosion est plus fonction d'une inflation générale des coûts que d'une affluence moindre. En effet, les dépenses 1986 pour ce poste se sont montées à plus de 52 000.–.

Les vivres

Voilà encore un grand poste à profits. On y voit des dépenses avoisinant les 90 000.– pour des recettes s'élevant à 130 000.–, soit un bénéfice de 740 000.–. Fait réjouissant, l'analyse de tendance montre une confirmation de ce

bénéfice. On peut qualifier de stables en effet les quantités de vivres consommés, bon an mal an, par les quelque 20 000 personnes qui franchissent chaque année, munies de leur ticket, l'enceinte du champ de courses ou les portes de la Halle-Cantine.

La loterie

On profite naturellement de cette affluence pour mettre sur pied une loterie et une tombola. L'attractivité d'une telle opération est fonction de la dépense, comme chacun sait. On n'hésite donc pas à dépenser plus de 25 000.– pour allécher le public par des lots de qualité. Et ça n'est pas un tort, car ce poste ramène dans la caisse générale une somme moyenne de 8 000.– qui – même – atteindra les 14 000.– pour le dernier exercice en date.

Les soirées du vendredi et du samedi

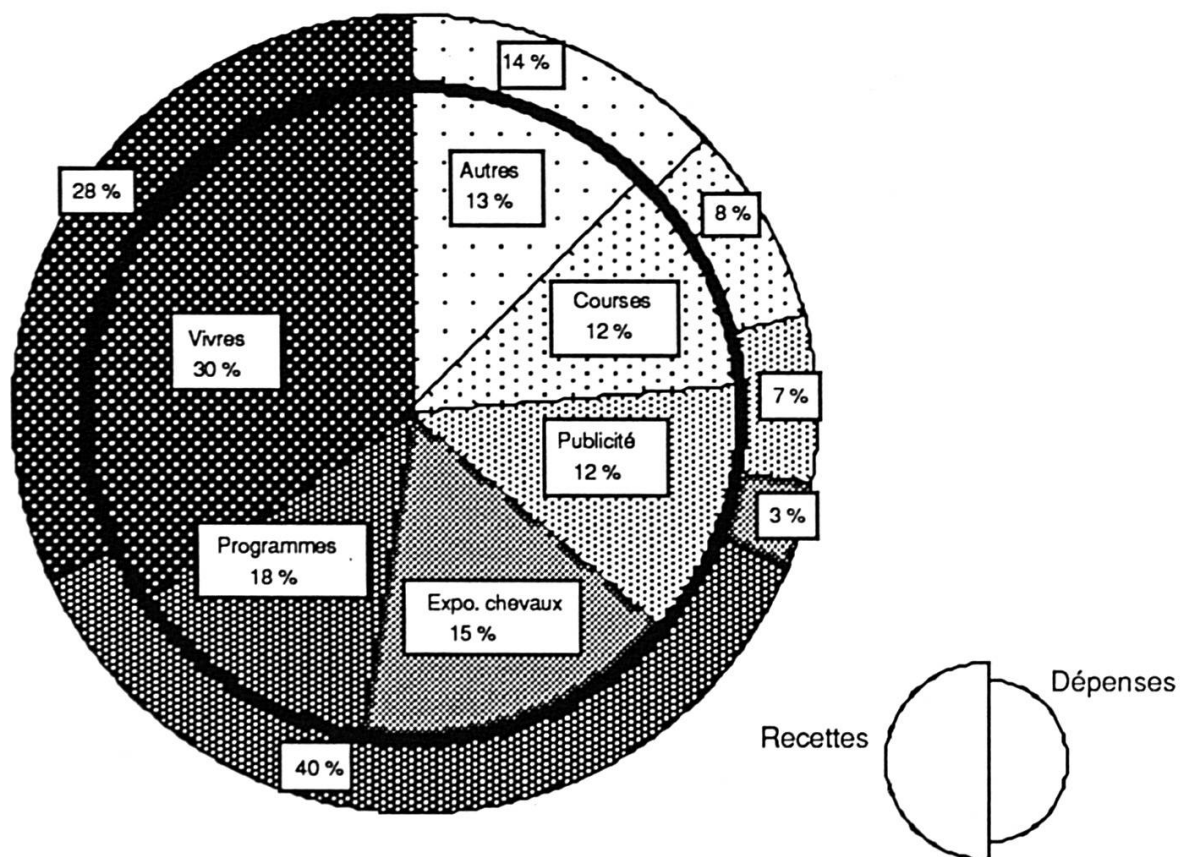
C'est le dernier poste dans la série des coûts variables. D'intérêt surtout régional, ces deux soirées permettent cependant à un public de plus de 3000 personnes en moyenne d'assister à des concerts ou prestations de qualité. Malheureusement, les bons orchestres, les bonnes sociétés se paient toujours plus cher, sans qu'on puisse pour autant augmenter démesurément les prix d'entrée. C'est ainsi que l'on dépense à ce titre environ 7000.– pour un total de recettes établi à 23 000.–, soit un bénéfice de 16 000.–. Mais ce bénéfice est tombé à 10 000.– l'an passé. Cette baisse sensible est peut-être aussi la conséquence de toutes les animations proposées au public dans les rues de Saignelégier. Lorsque le temps le permet, les gens restent plutôt dans la rue, hésitant à s'enfermer dans la Halle-Cantine.

Nous avons maintenant toutes les données pour calculer ce que coûte un Marché-Concours. Il nous suffit pour

Coûts variables : résumé

Montants arrondis

| | Dépenses | Recettes |
|--------------------------|------------------|------------------|
| Courses | 40 000.- | 40 000.- |
| Exposition chevaux | 50 000.- | 13 000.- |
| P.M.U. | 4 000.- | 5 000.- |
| Publicité | 40 000.- | 35 000.- |
| Entrées, programmes | 60 000.- | 200 000.- |
| Vivres | 100 000.- | 140 000.- |
| Loterie, tombola | 25 000.- | 40 000.- |
| Soirées vendredi, samedi | 10 000.- | 25 000.- |
| Total | 330 000.- | 497 000.- |



cela d'additionner les coûts fixes et les coûts variables :

| | |
|---------------|-----------|
| – Fixes : | 200 000.– |
| – Variables : | 330 000.– |
| Total : | 530 000.– |

Comment combler le déficit ?

Ce chiffre représente donc l'investissement que nécessite l'organisation d'un Marché-Concours. Cet investissement rapportera 500 000.– (moyenne arron-

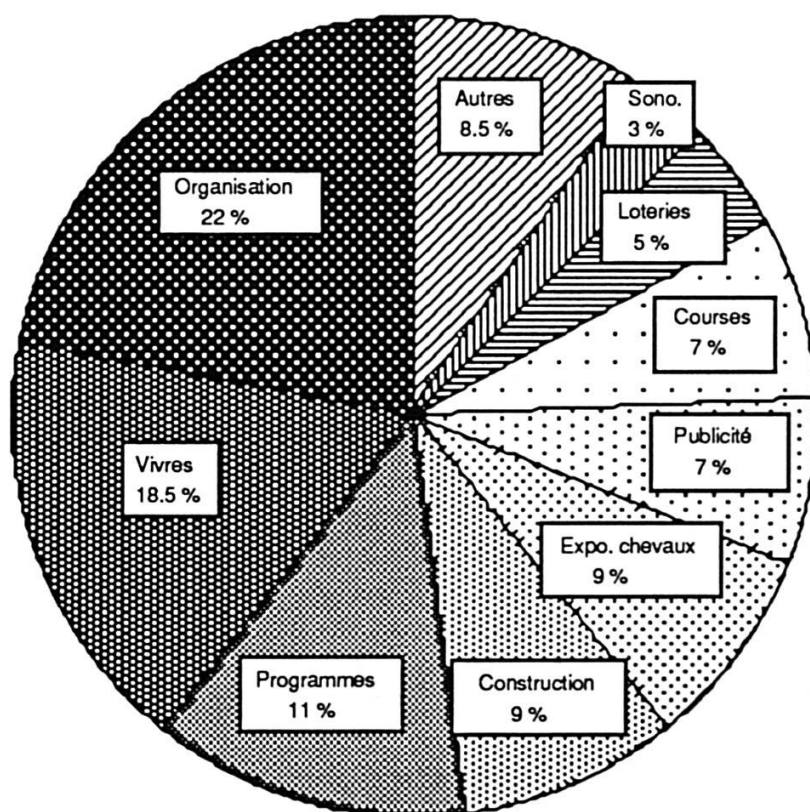
die). Reste un déficit d'environ 30 000.– à combler.

Les organisateurs disposent encore de quelques ressources pour ce faire : il s'agit des dons, des intérêts et des recettes diverses. Voyons-les dans l'ordre :

Les dons

La moyenne des dons se monte à 16 000.–, avec quelques petites varia-

Représentation générale des dépenses



On dira donc que le Marché-Concours n'est pas une entreprise qui dégage de gros profits. La rentabilité de la manifestation n'est pas assurée d'avance et impose une gestion sérieuse. C'est précisément grâce au sérieux de son organisation que le Marché-Concours arrive à subvenir, bon an mal an, à toutes ses dépenses de fonctionnement et à procéder, quand cela est nécessaire, à quelques investissements d'équipement et, enfin, à alimenter régulièrement ses différents fonds.

Bons hôtels et restaurants jurassiens

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



Restaurant de la Poste – Glovelier

☎ 066 56 72 21 Famille Marc Mahon-Jeanguenat

Grande salle pour sociétés, banquets et noces –
Salles à manger accueillantes – Rendez-vous des sportifs
– Centre de conférences



Hôtel-Restaurant de la Gare

2725 Le Noirmont

Fermé du lundi
au mardi
jusqu'à 18 heures

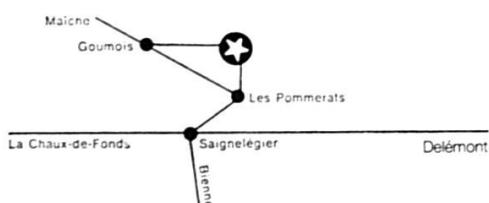
G. & A. Wenger – Tél. 039 53 11 10
Spécialités selon saison et arrivages
Menu du jour – Chambres tranquilles

COUFAIVRE

HÔTEL-RESTAURANT DE LA CROIX-BLANCHE

Spécialités jurassiennes
Lard – Saucisse – Terrine maison
Chambres confortables

Marianne et
Marc Beuchat
Fermé le mardi **066 56 72 77**



AUBERGE DU MOULIN-JEANNOTTAT

Truites aux fines herbes
Pain de ménage cuit au four à bois
Dortoirs pour groupes: 42 places

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

MONTANA

RESTAURANT « LE BELVÉDÈRE »

Cuisine régionale
12 sur 20 au Gault et Millau 1986.

Laurent
Degoumois
027 41 17 63

SAIGNELÉGIER

HÔTELS DE LA GARE ET DU PARC

Cuisine du marché
Spécialités selon saison et arrivage
Chambres tranquilles et tout confort
Salle pour sociétés et banquets

Famille
Michel Jolidon-
Geering
039 51 11 21/22

Bons hôtels et restaurants jurassiens

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

MOUTIER

HÔTEL-RESTAURANT DES GORGES

PIZZERIA « LA ROMAGNOLA »

Cuisine à toute heure

Spécialités italiennes

Fam. Montanari

032 93 16 69

BONCOURT



HÔTEL DE LA LOCOMOTIVE

vous propose pour vos réunions,
banquets, mariage ou simplement
entre amis des salles accueillantes
et sympathiques

Famille

Gatherat

066 75 56 63

Fermé le mercredi

TAVANNES

HÔTEL DE LA GARE

Hôtel réputé de vieille date pour sa cuisine
soignée et ses vins de choix – Petites salles
pour sociétés – Parc pour voitures privé –
Chambres avec WC, douche et TV

Fam. A. Wolf-
Béguelin

066 91 23 14

DELÉMONT

HÔTEL VICTORIA

Restaurant de spécialités

Famille

Roger Kueny

066 22 17 57

MOUTIER

HÔTEL SUISSE

Accueillant

Grandes salles

Chambres tout confort

Famille

C. Brioschi-Bassi

032 93 10 37

LA SEMEUSE

LE CAFÉ QUE L'ON SAVOURE...



tions que nous pensons liées à la conjoncture.

Les intérêts

Le Marché-Concours dispose de plusieurs carnets qui produisent en moyenne 12 000.– par an.

Les recettes diverses

Avec les années, le Marché-Concours s'est équipé de toutes sortes de petits matériels (drapeaux, caisses, assiettes, etc). Les sociétés de toute la région ne manquent pas d'en profiter, moyennant des locations qui rapportent en moyenne 4000.–.

Ces ressources annexes se montent à 32 000.–.

On estimera donc que le déficit est couvert, compte tenu de l'approximation des calculs. Mais cette opération a l'avantage de nous montrer deux choses :

1. les sommes mises en jeu sont très importantes ;
2. l'équilibre financier de la manifestation n'est pas évident et restera toujours un souci pour les organisateurs. (Voir tableau en page 10.)

La fortune du Marché-Concours

Le Marché-Concours dispose de quatre fonds :

- le fonds de réserve ;
- le fonds de roulement ;
- le fonds des vivres ;
- le fonds des primes aux chevaux.

Ces fonds sont alimentés chaque année avec le bénéfice de la manifestation. Calculé sur les 12 dernières années, ce bénéfice se monte en moyenne à un peu plus de 12 000.–. Mais les variations peuvent être considérables et passer de – 57 000.– (année 1984) à + 55 000.– (année 1983). Ces variations dépendent évidemment de l'affluence et donc de la

météo (comme nous le verrons plus loin), mais aussi des investissements consentis par les différents comités.

Cependant, en 83 exercices, on a pu mettre de côté environ 340 000.–, montant qui constituait la fortune du Marché-Concours au 31 décembre 1986. Cette somme est répartie sur les quatre fonds bancaires, donnant ainsi la souplesse nécessaire à une gestion saine.

Sur la base des douze dernières années, la fortune s'est accrue de 6,6% l'an, ce qui est tout à l'honneur des comités. Mais, signe des temps et de l'inflation, les bénéfices calculés sur le même laps de temps ne suivent pas la même croissance. La comparaison des graphiques suivants montre bien l'érosion lente mais certaine des bénéfices. (Voir tableau en page 12.)

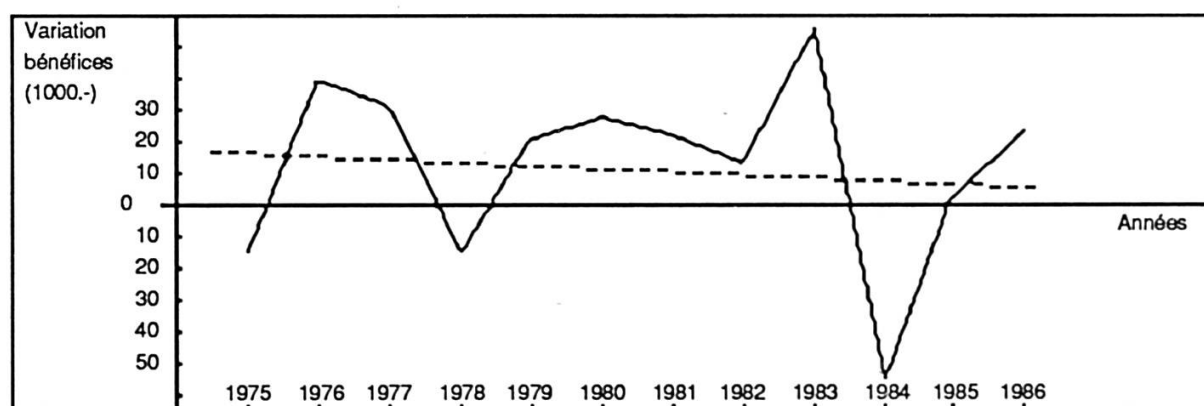
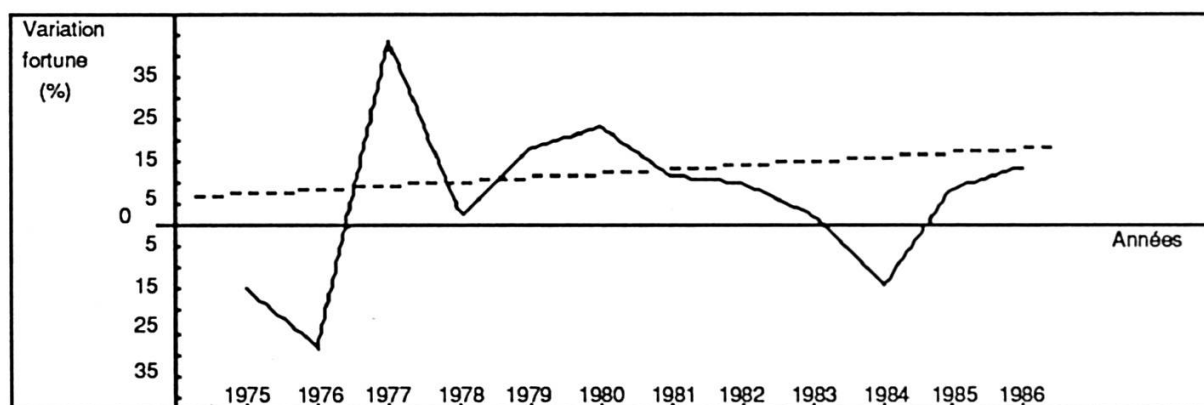
Cela signifie, à terme et à défaut d'autres sources de revenus, une diminution des dépenses de fonctionnement ou un réajustement des prix. Mais nous n'en sommes pas encore là...

On se rend compte en définitive que le Marché-Concours est une opération d'envergure qui met en jeu, pour un temps limité, des sommes d'argent importantes. Grâce à sa notoriété, à son organisation bien rôdée et surtout grâce à la disponibilité de toute une population, cette manifestation peut équilibrer ses comptes sans devoir renoncer à certains aspects prestigieux de la fête. Mais il faut être attentif au fait que cet équilibre financier s'avère finalement précaire. Une affluence réduite sur plusieurs années consécutives suffirait à mettre à mal les finances.

C'est la raison pour laquelle le Marché-Concours, de plus en plus, doit renforcer sa stratégie publicitaire au-delà des frontières cantonales, voire nationales.

Variation de la fortune et des bénéfices

| <i>Année</i> | <i>Bénéfices (Francs)</i> | <i>Fortune (Pour-cent)</i> |
|--------------|-------------------------------|--------------------------------|
| 1975 | -15 888.30 | -15.8 |
| 1976 | 39 631.35 | -27.4 |
| 1977 | 32 150.55 | 43.1 |
| 1978 | -13 210.55 | 3.6 |
| 1979 | 21 363.15 | 18.2 |
| 1980 | 27 007.85 | 23.1 |
| 1981 | 22 729.80 | 11.7 |
| 1982 | 14 692.05 | 10.4 |
| 1983 | 55 291.30 | 3.3 |
| 1984 | -57 639.75 | -14.4 |
| 1985 | 3 704.05 | 9.4 |
| 1986 | 23 128.50 | 14.0 |
| Moyenne | 12 746.70 | 6.6 |



III. Le public du Marché-Concours

L'étude des recettes et ressources financières du Marché-Concours nous a convaincus d'une chose: l'affluence des spectateurs est le principal paramètre déterminant le résultat d'exploitation. En d'autres termes, le Marché-Concours ne pourrait survivre sans un public important.

Regardons ci-dessous le tableau récapitulatif des entrées pour les neuf dernières années.

On constate d'emblée la grande variabilité des chiffres. Si l'on s'en tient à la moyenne générale, on recense près de 20 000 spectateurs, en tenant compte d'un écart de $\pm 13\%$, soit ± 2561 spectateurs. Cet écart est encore plus important s'agissant des entrées du dimanche, puisqu'il se monte à près de 40% en chiffre absolu. C'est dire que 2 personnes sur 5 renoncent certaines an-

nées à se rendre à Saignelégier. Pourquoi?

La réponse se trouve en grande partie dans le diagramme en page 14.

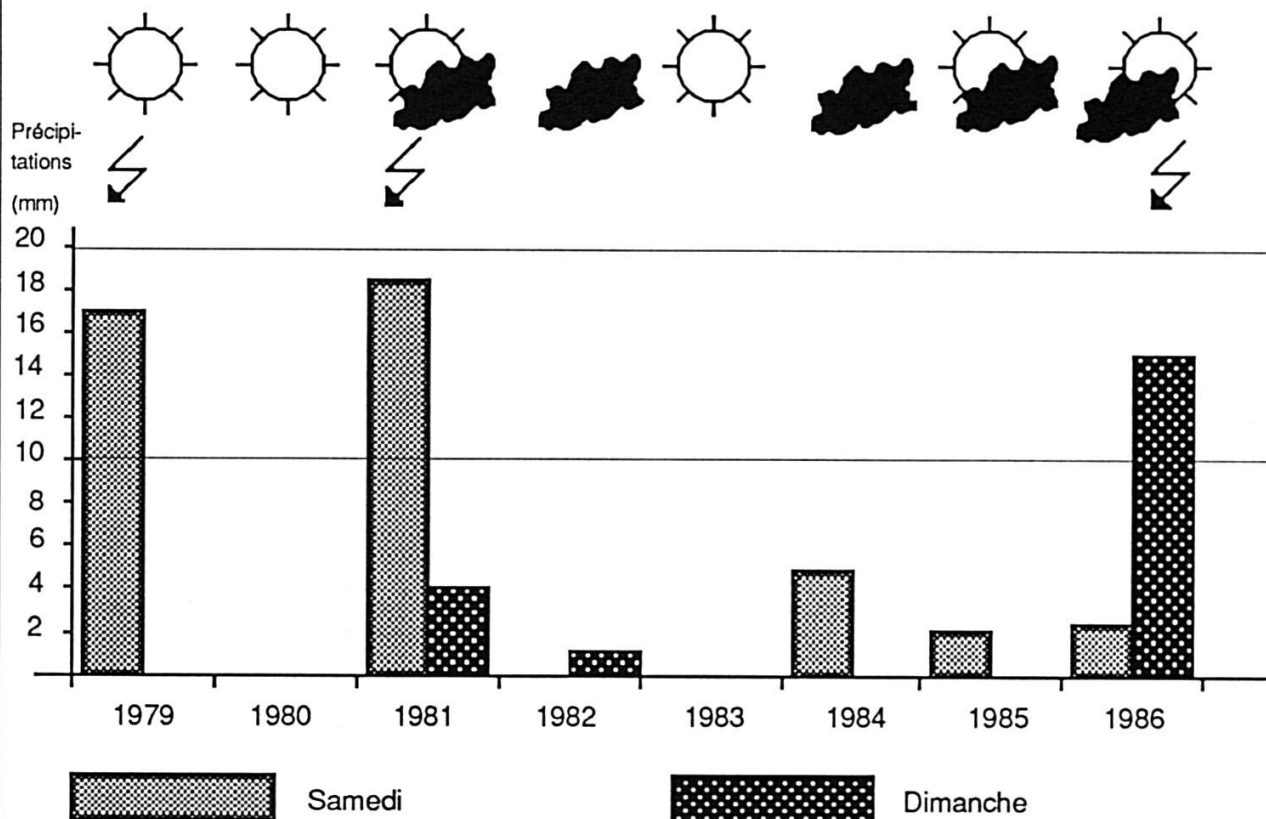
En regardant attentivement, on verra que les années de fortes pluies avec couverture nuageuse complète sont aussi des années de faible affluence et – à



Nombre d'entrées payantes

| <i>Années</i> | <i>Samedi</i> | <i>Dimanche</i> | <i>Soirées</i> | <i>Total</i> |
|---------------|---------------|-----------------|----------------|--------------|
| 1978 | 4 588 | 12 671 | 3 305 | 20 564 |
| 1979 | 3 388 | 16 513 | 3 469 | 23 370 |
| 1980 | 4 952 | 12 050 | 3 194 | 20 196 |
| 1981 | 4 547 | 10 743 | 3 085 | 18 375 |
| 1982 | 5 762 | 10 389 | 3 839 | 19 990 |
| 1983 | 5 648 | 13 987 | 3 157 | 22 792 |
| 1984 | 3 351 | 8 654 | 3 301 | 15 306 |
| 1985 | 4 020 | 11 239 | 2 636 | 17 895 |
| 1986 | 5 302 | 10 072 | 2 280 | 17 654 |
| Moyenne | 4 618 | 11 813 | 3 141 | 19 571 |

Observations météorologiques durant le Marché-Concours



l'inverse – que les années record (1979 ou 1983) sont des années de beau, avec tout au plus un orage en fin de journée. La météo semble donc constituer un facteur explicatif de premier ordre. Ceci n'a rien de surprenant. On ajoutera que la météo du samedi et des premières heures du dimanche est déterminante, puisque c'est à ce moment-là qu'on décide ou non de mettre le cap sur Saignelégier. En revanche, un orage dans le courant du dimanche après-midi survient trop tard pour avoir un effet dissuasif.

Ce public dont le Marché-Concours a tant besoin apporte, nous l'avons vu, une

rentree moyenne de 190 000.–. Mais, compte tenu de ce qui précède, ce montant varie fortement, passant de 150 000.– (année 1984) à 231 000.– (année 1983). Cette variation se répercute directement sur le bénéfice puisque l'année 1983 a enregistré un bénéfice record de 55 000.–, alors que l'année 1984 plongeait dans les chiffres rouges pour plus de 57 000.–.

Le diagramme en page 15 montre clairement l'importance de la journée du dimanche.

On y voit en effet que la journée du dimanche apporte les deux tiers des recettes-spectateurs et environ 28% des

La banque universelle.



**La palette
de nos services
a de multiples couleurs.**

**BANQUE CANTONALE
DU JURA** 

GARANTIE DE L'ETAT



2942 ALLE

Pour une agriculture
jurassienne
moderne et dynamique

Coopérative agricole CENTRE-AJOIE

2942 Alle

Téléphone 066 71 24 24



«Avant que tu sois grande, il y aura encore des changements dans les bureaux.»

Avec Lista, on est à l'avant-garde.

La révolution électronique dans les bureaux est irréversible. Le programme de meubles de bureau Lista 7000 terminal s'adapte sans difficulté aux nouvelles conditions.

Le principe modulaire se prête à toutes les combinaisons. Grâce aux canaux de branchements, les nouveaux appareils deviennent partie intégrante des places de travail. Les surfaces de travail se modifient de façon ergonomique.

Avec cette souplesse d'adaptation et le design moderne, avec la qualité des matériaux, le soin apporté à la fabrication et l'offre très complète d'éléments annexes, Lista 7000 terminal est un choix judicieux. Pour le présent et l'avenir.

Fournisseur
officiel
pour le canton
du Jura

Exposition permanente à Porrentruy

**MEUBLES
CH. NICOL SA**

Tél. 066/66 21 32

A votre disposition pour résoudre tous vos problèmes de bureautique.

 **LISTA**
la systématique de l'ordre.

recettes totales du Marché-Concours. Inutile d'insister dès lors sur l'importance de la météo du dimanche.

D'où viennent-ils ?

Nous avons pu répondre à cette question grâce aux plaques minéralogiques des voitures. Car tous ces gens viennent pour une grande majorité en voiture. La police, chargée entre autres choses du recensement des véhicules, en dénombre chaque année environ 9289, dont 6615 pour le dimanche et 2674 pour le samedi.

Le Marché-Concours dispose de quelques parcs officiels pour accueillir toutes ces voitures. En fait, sur 3 voitures, 2 acceptent sagement de payer la taxe de parc alors que la troisième s'évanouit dans le village. Nous en avons profité pour affiner un peu les statistiques. C'est ainsi que, pour l'année 1986, nous savons de quels cantons, respectivement de quels pays provenaient les voitures

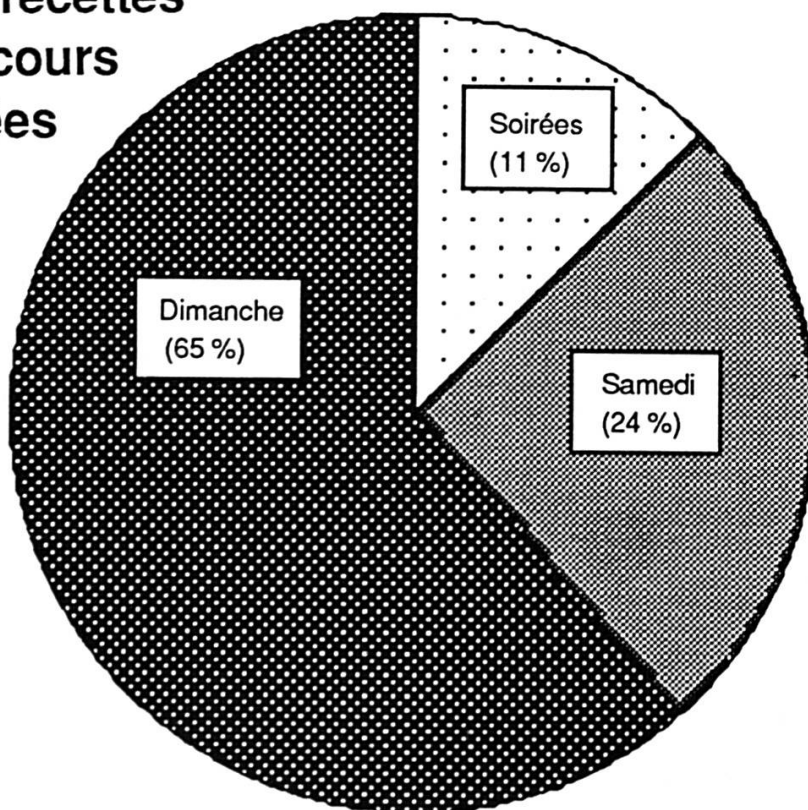
recensées dans les parcs officiels. (Voir la synthèse en page 16.)

Cette carte met en évidence les zones d'ombres, c'est-à-dire les zones dans lesquelles le Marché-Concours reste peu connu. Pourquoi alors ne pas faire de ces régions les prochains invités officiels du Marché-Concours ? La Suisse primitive, pourtant très sensible à tout ce qui est folklorique, semble pour l'heure encore peu touchée. Il y a là encore, semble-t-il, des potentialités à ne pas négliger.

Parmi tous ces spectateurs, certains font le déplacement avec un moyen de transport public. Il est évidemment difficile de déceler leur provenance exacte. Néanmoins, on peut dire que sur l'ensemble du trafic CJ recensé à l'occasion du Marché-Concours pour les 10 dernières années (journée du dimanche seulement) :

– 23% des voyageurs ont pris l'axe de Tavannes ;

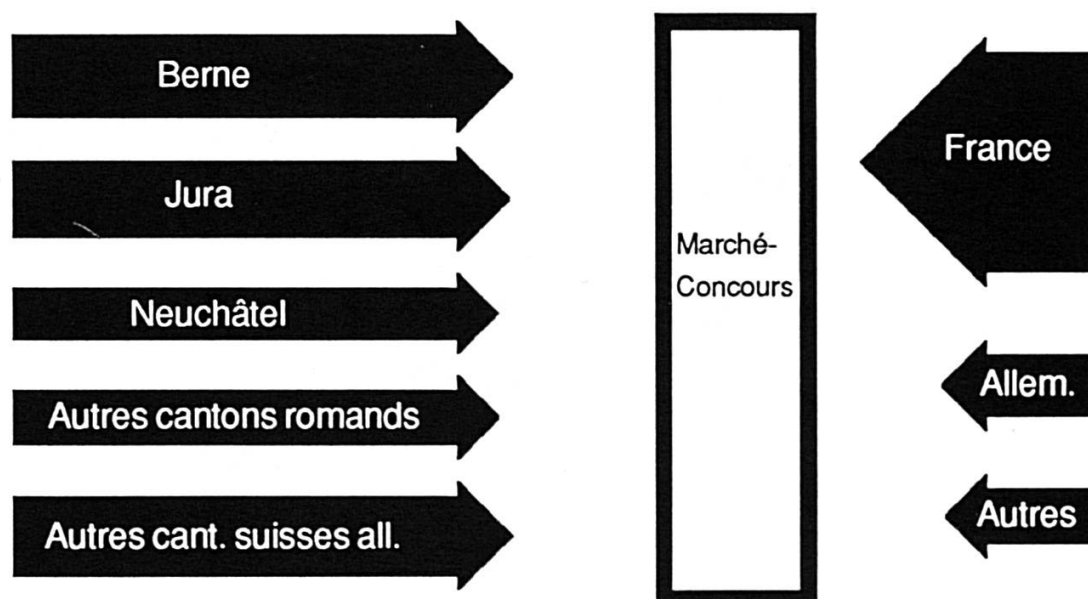
Répartition des recettes du Marché-Concours selon les journées



Véhicules recensés lors du Marché-Concours

| Suisse | | | | Etranger | |
|---------|--------------------------------|---------|--------------------------------|-----------|--------------------------------|
| Cantons | Véhicules recensés (pour-cent) | Cantons | Véhicules recensés (pour-cent) | Pays | Véhicules recensés (pour-cent) |
| AG | 2.6 | NW | 0.2 | Italie | 4.5 |
| AI | 0.0 | OW | 0.1 | Allemagne | 18.3 |
| AR | 0.1 | SG | 0.5 | France | 65.4 |
| BE | 23.8 | SH | 0.4 | Belgique | 4.9 |
| BL | 4.0 | SO | 3.4 | Autres | 6.9 |
| BS | 2.2 | SZ | 0.4 | | |
| FR | 4.7 | TG | 0.6 | | |
| GE | 3.1 | TI | 1.4 | | |
| GL | 0.1 | UR | 0.1 | | |
| GR | 0.3 | VD | 6.8 | | |
| JU | 21.9 | VS | 1.5 | | |
| LU | 1.8 | ZG | 0.5 | | |
| NE | 15.3 | ZH | 4.2 | | |

Remarque : la statistique repose sur un total de 5447 véhicules (5201 suisses et 246 étrangers) recensés dans les parcs officiels en 1986 ; dans l'ensemble, le nombre de véhicules dénombrés par la police cantonale durant la même année s'est élevé à 8763.



- 41% des voyageurs ont pris l'axe de la Chaux-de-Fonds;
- 36% des voyageurs ont pris l'axe de Glovelier.

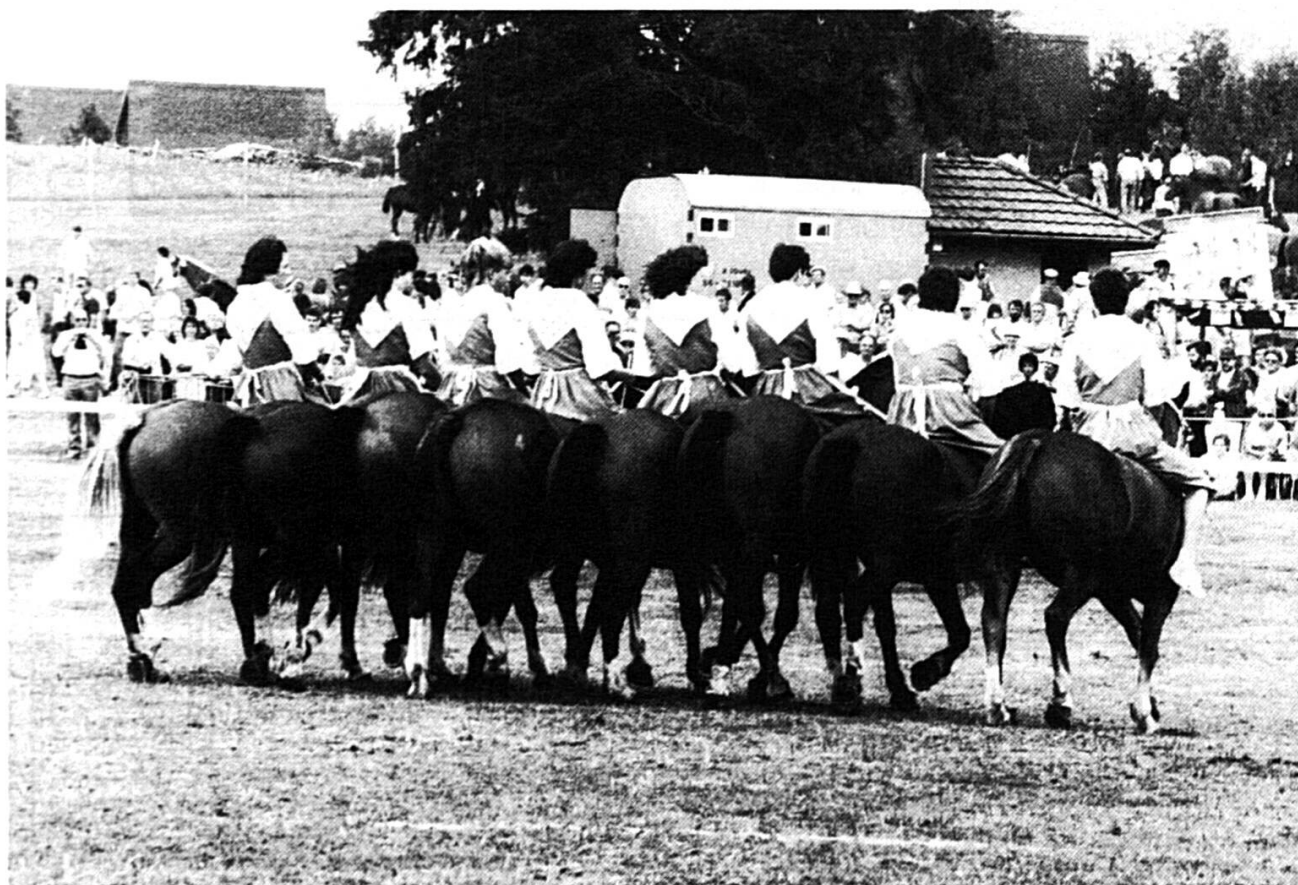
Le tout représente un nombre moyen de 4125 passagers-simple course par an (= 2026 passagers-aller/retour).

Notons encore, pour terminer, que le Marché-Concours 1986 a reçu 27 cars, dont 5 en provenance de Zurich et 3 de France.

On peut donc dire, sans entrer dans trop de détails, qu'environ une personne sur quinze se rend au Marché-Concours en utilisant les transports publics.

Le public du Marché-Concours, à l'instar des multiples facettes de la manifestation, est très divers. Il se compose successivement ou simultanément :

- d'éleveurs venus vendre ou acheter, voire simplement soucieux de rencontrer les professionnels du cheval;
- de cavaliers, venus courir pour le sport le samedi, pour le folklore le dimanche;
- de touristes aux motivations multiples, amateurs de folklore, amoureux du cheval. Pour ces derniers, en effet, si les occasions de côtoyer le monde du cheval sont nombreuses (car les concours hippiques inscrits au calendrier suisse sont légion), une seule occasion leur est donnée de participer non seulement à un concours sportif, mais encore à une véritable fête équestre, instant privilégié pendant lequel on oublie un peu le cavalier pour ne penser qu'au cheval.



IV. Les effets économiques du Marché-Concours

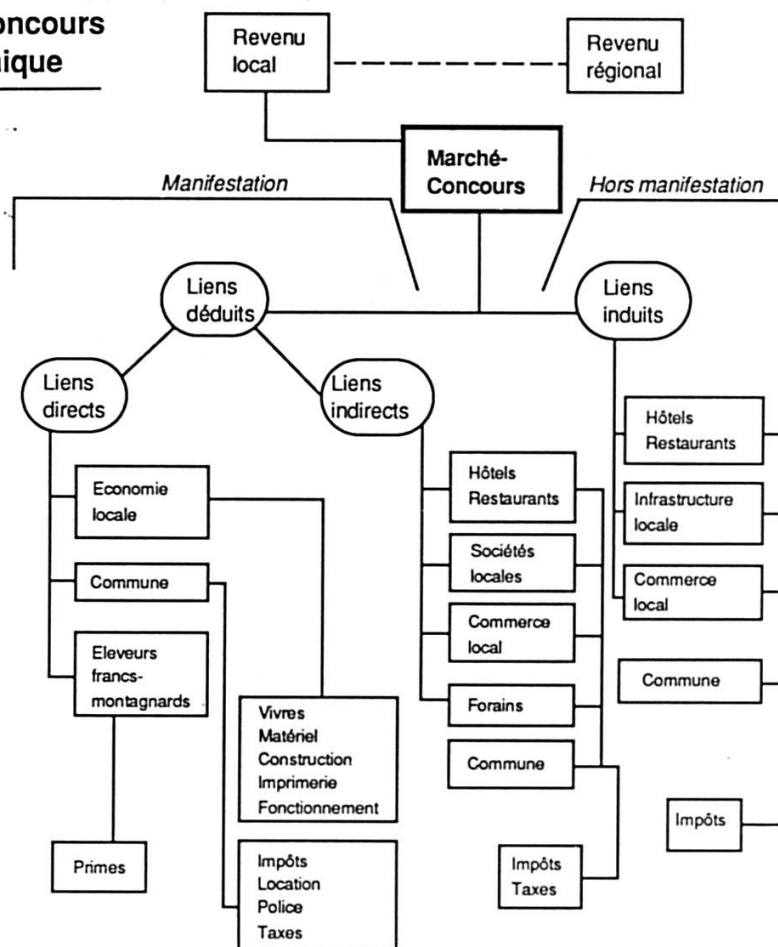
Mais on peut venir au Marché-Concours simplement pour gagner sa vie, sans pour autant avoir d'acointances avec le cheval. Nous voulons parler des forains. Chaque année, ils sont environ 140 à profiter de l'occasion. Ils constituent un des « satellites » qui gravitent autour du Marché-Concours. Ce sont ces satellites que nous allons passer maintenant en revue.

Voyons, pour commencer, comment s'insère le Marché-Concours dans son environnement économique. En d'autres termes, quels sont les liens que tisse le Marché-Concours avec ses partenaires économiques ?

Quelques explications s'imposent. On distingue tout d'abord deux ensembles de liens :

- les liens déduits : ce sont les liaisons impliquées par la manifestation proprement dite. Ces liens peuvent être de 2 types : direct ou indirect.
- les liens induits : on regroupe sous cette appellation tous les flux économiques sans rapport apparent avec le Marché-Concours, mais dont on peut dire assurément qu'ils ne seraient pas ce qu'ils sont sans le Marché-Concours. Ces liens ne sont pas limités dans le temps : ils débordent largement la manifestation pour se prolonger toute l'année.

Schéma relationnel du Marché-Concours dans son environnement économique



Liens directs – effets directs

Le Marché-Concours, par son comité des vivres, procède chaque année à son approvisionnement en marchandises. Ainsi, pour l'année 1986, les comptes mentionnent les postes suivants :

| | |
|------------------------|----------|
| – indemnités, | |
| frais de personnel : | 21 000.– |
| – marchandises : | 53 000.– |
| – administration : | 2 000.– |
| – location de locaux : | 7 000.– |
| – divers : | 7 000.– |
| Total : | 90 000.– |

La rubrique marchandises se décompose comme suit :

| | |
|-----------------------|----------|
| – boissons : | 37 000.– |
| – viandes : | 8 000.– |
| – pain : | 2 000.– |
| – produits laitiers : | 2 000.– |
| – fruits et légumes : | 1 000.– |
| – café : | 1 000.– |
| – divers : | 2 000.– |
| Total : | 53 000.– |

Autant que faire se peut, toutes ces marchandises sont achetées sur la place de Saignelégier. C'est ainsi que l'on recense, pour 1986, 13 fournisseurs dont un seul est extérieur au village. En termes techniques, on dira donc que le Marché-Concours injecte directement sur le marché local étendu une somme de 90 000.–, dont 53 000.– en biens de consommation. Voilà un apport très direct au revenu local. Il en va de même pour le matériel, les constructions, les travaux d'imprimerie, les dépenses de fonctionnement, etc.

Le Marché-Concours entretient des liens très étroits avec la commune de Saignelégier. En effet, comme tout un chacun, le Marché-Concours paye ses impôts. Il n'est pas exempté non plus des différentes taxes communales. En outre, il verse à la collectivité quelques locations et paye quelques services bien précis (police, pompiers, etc).

Enfin, et pour en terminer avec ces liens directs, le Marché-Concours verse directement aux éleveurs un montant annuel supérieur à 30 000.–. Ce sont les primes distribuées à l'issue de l'exposition des chevaux, comme nous l'avons vu. Ces primes constituent aussi un lien très direct entre le Marché-Concours et les éleveurs de la région.

Tous ces liens directs et leurs effets sont aisément chiffrables, puisqu'ils se retrouvent tous dans la comptabilité du Marché-Concours. La somme totale directement versée sur le marché régional chaque année est ainsi de l'ordre du demi-million de francs.

Liens indirects – effets indirects

Le Marché-Concours tisse ce type de liens avec un certain nombre de partenaires. Cela signifie plus précisément que certains partenaires profitent de l'opportunité qui leur est offerte par le Marché-Concours pour réaliser un chiffre d'affaires traditionnel.

En effet, le public attiré par le Marché-Concours représente pour les commerçants et autres forains une extension de leur marché respectif. Nombre d'entre eux veulent donc profiter de cette aubaine.

L'exemple des forains

Ils sont 140 chaque année à s'installer tout au long de la rue qui mène à l'esplanade du Marché-Concours. Et c'est uniquement par manque d'espace disponible que la Municipalité refuse chaque année quelque 50 demandes supplémentaires.

Tous ces forains représentent un revenu moyen de 12 000.– pour la caisse communale. A ce montant il convient d'ajouter les redevances sur carrousels et attractions, soit environ 8000.–. Au titre des effets indirects, le Marché-Concours représente ainsi un revenu supplémen-

taire de 20 000.– pour la caisse communale.

Mais, en plus, le Marché-Concours et son public permettent à chaque forain de réaliser un certain chiffre d'affaires. Près de 30 000 personnes défilent en deux jours devant les étals : voilà une aubaine à ne pas négliger. Malheureusement, ces comptabilités privées sont inaccessibles, de sorte que le rapport total est impossible à chiffrer. D'autre part, seule une partie de ce montant total vient alimenter le revenu régional puisque, pour l'année 1986, les étals se répartissaient comme suit :

- 16 pour Saignelégier ;
- 10 pour les Franches-Montagnes ;
- 10 pour le Jura-Nord ;
- 13 pour le Jura-Sud ;
- 46 pour la Suisse romande ;
- 44 pour la Suisse allemande ;

soit 139 états tenus au total.

Impossible de préciser également les chiffres d'affaires additionnels des commerces locaux ou des hôtels-restaurants. Quelques indices peuvent cependant être avancés, qui indiquent bien l'importance des affaires : ainsi ce restaurant qui engage pour l'occasion 30 extras en plus de ses 10 employés réguliers... En revanche, les sociétés locales font preuve d'une plus grande transparence. L'une d'entre elles illustre notre deuxième exemple.

Le cas du club de tennis

Depuis plusieurs années, le club de tennis de Saignelégier (CT) profite du Marché-Concours pour «arrondir ses fins de mois». Bénéficiant d'un emplacement privilégié, le CT offre, outre les boissons traditionnelles, une spécialité de jambon à l'os fort appréciée. Visiblement, la formule plaît au public, puisqu'elle permet au club de réaliser à cette occasion presque le quart de ses recettes annuelles. Certes, le CT pourrait

très bien vivre sans le Marché-Concours. Cependant, le revenu supplémentaire réalisé à cette occasion lui a permis un développement très intéressant. Il faut savoir en effet que le CT a investi plus d'un million de francs pour l'aménagement du centre couvert «La Clairière». Les bénéfices réalisés pendant le Marché-Concours lui permettent de supporter une dette importante, puisqu'ils ont constitué en 1986 près de la moitié de l'amortissement de la dette annuelle. On peut donc dire que l'argent gagné lors du Marché-Concours a permis au CT de se lancer dans une grande campagne d'investissement, au terme de laquelle la région s'est vue dotée d'une infrastructure sportive de premier ordre. L'opportunité financière que représente le Marché-Concours pour une société comme le club de tennis permet des prolongements visibles, sinon utilisables, par tous. Ce principe peut sans doute être étendu à toutes les sociétés qui profitent de la même opportunité.

Les sociétés locales, les commerçants, les forains sont en interrelation étroite. Ainsi, dans le cas du club de tennis, l'organisation du débit pendant la durée de la manifestation nécessite un investissement d'importance. En 1986, les dépenses ont dépassé 16 000.–. Les 90% de cette somme furent consacrés à l'acquisition de biens de consommation sur le marché local uniquement. On notera ainsi, pour la petite histoire, que 225 kilos de jambon ont été écoulés en 1986.

L'exemple du CT, généralisable toutes choses étant égales, montre bien l'effet multiplicateur du Marché-Concours, qui a créé et entretenu un corps économique dynamique sur lequel viennent se greffer d'autres phénomènes de moindre importance, sans lien direct, mais profitant néanmoins de son dynamisme. Il y a donc dans un premier temps



Franches-Montagnes

Région idéale pour: — excursions en famille
— courses d'école
— voyages en sociétés
— sorties de fabriques
— vacances toute l'année

En été: Découvrez ce vaste plateau à pied ou à vélo
(location dans les gares CJ)

En hiver: Parcourez ces paysages typiquement nordiques
à skis de fond

Profitez de nos billets d'excursion, cartes journalières,
passeports du promeneur Reka, réductions pour familles

Vous recevrez notre documentation sur simple demande



CHEMINS DE FER DU JURA 1, rue du Général-Voirol
Tavannes Tél. 032 91 27 45



En 1986, l'ADIJ
a déjà consacré un numéro
de son bulletin
à une présentation générale
du Marché-Concours.

On peut l'obtenir
auprès du secrétariat
de l'association,
case postale 344, 2740 Moutier,
ou au ☎ 032 93 41 51. (Prix: 5.—.)

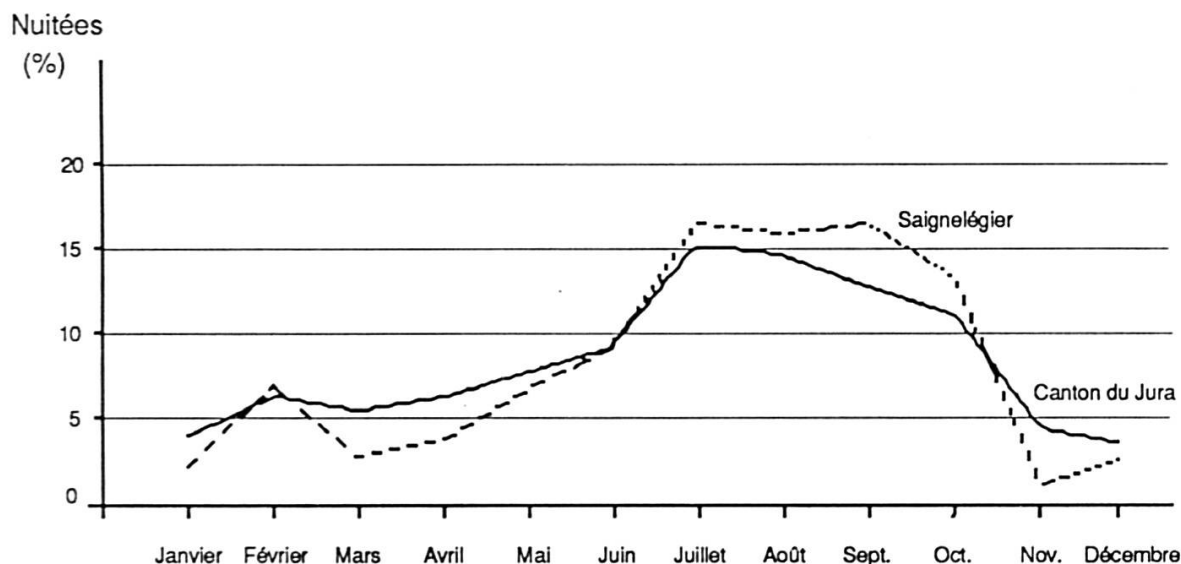
***Pour toutes vos
affaires
financières***

**BANQUE JURASSIENNE
D'ÉPARGNE ET DE CRÉDIT**

| | | |
|--------------|---|--------------|
| BASSECOURT |  | 066 56 74 22 |
| DELEMONT | | 066 22 62 22 |
| PORRENTRUUY | | 066 66 18 67 |
| MOUTIER | | 032 93 42 62 |
| SAIGNELEGIER | | 039 51 15 44 |

Ouvert chaque jour jusqu'à 18 h 30

Nuitées dans l'hôtellerie jurassienne et à Saignelégier



investissement (effets directs) puis création d'argent (effets indirects).

L'analyse montre cependant que certains partenaires économiques profitent de cette situation au-delà des limites temporelles de la manifestation. Les relations que ces partenaires entretiennent avec le Marché-Concours sont moins patentes. Nous les avons appelées les « liens induits ».

Liens induits – effets induits

Le Marché-Concours représente pour les Franches-Montagnes une vitrine de première importance. La publicité faite à cette occasion est largement diffusée en Suisse. Indéniablement, un grand nombre de nos compatriotes ont découvert les Franches-Montagnes par l'entremise du Marché-Concours. Mieux encore, un certain nombre de ces visiteurs, séduits par l'atmosphère du Haut-Plateau, décident d'y revenir à une autre époque de

l'année. Ils désirent appréhender les Franches-Montagnes hors des turbulences de la fête et contribuent ainsi à allonger la saison touristique. (Voir graphique ci-dessus.)

Deux remarques s'imposent :

1. la courbe de Saignelégier subit en gros les mêmes inflexions que la courbe jurassienne, avec cependant des creux plus marqués pour le printemps et l'arrière-automne, qui sont effectivement les périodes les plus tristes ;

2. plus intéressante est la considération de la belle période : on constate tout d'abord que Saignelégier attire un nombre de touristes supérieur à la moyenne cantonale. Mais on est encore plus heureux de voir que ce phénomène se prolonge de façon très sensible, en regard de la courbe jurassienne.

Ça n'est donc pas dans un sommet bien défini au mois d'août qu'il faut chercher l'influence du Marché-Concours, mais

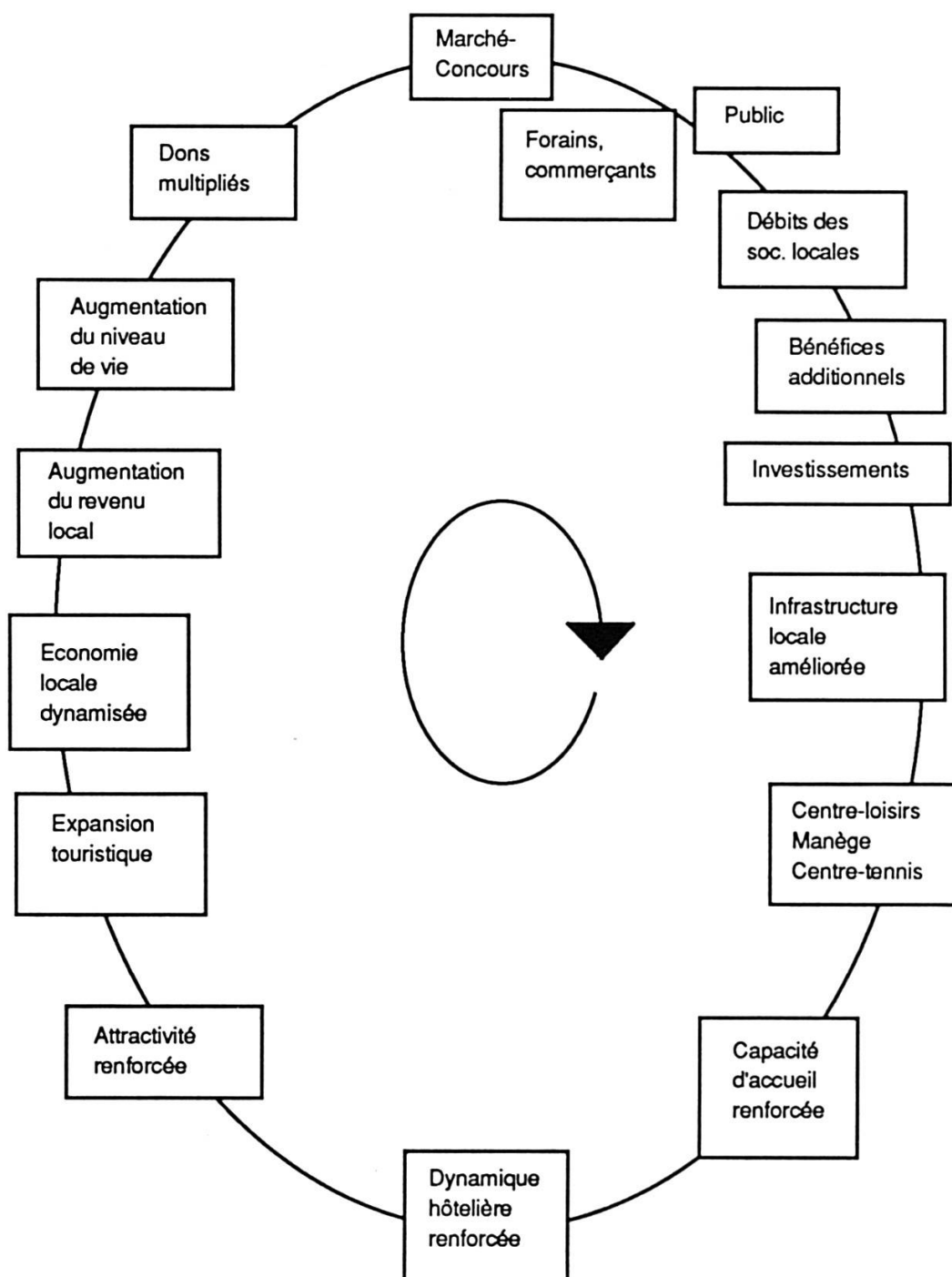
bien plutôt dans l'étalement de ce sommet sur les trois mois d'un été franc-montagnard trop court.

Les Franches-Montagnes n'ont peut-être pas tous les atouts des paradis du tourisme suisse. Elles disposent néan-

moins dans leur jeu de quelques cartes maîtresses. Le Marché-Concours en est une : à elles de savoir en jouer.

Tous ces exemples montrent assez bien l'effet multiplicateur du Marché-Concours, que l'on peut schématiser ainsi :

Cercle accélérateur du Marché-Concours



V. La contribution au revenu régional

Il est évidemment tentant, malgré toutes les inconnues qui subsistent, de chiffrer ce bilan. En d'autres termes, nous allons essayer de déterminer dans quelle mesure le Marché-Concours, directement et indirectement, contribue au revenu local, voire régional. Il s'agit bien entendu d'une esquisse, fondée avant tout sur des estimations. Nous n'en retiendrons donc que l'ordre de grandeur. (Voir tableau ci-dessous.)

Ce bilan sommaire nous montre qu'une somme totale de 750 000.– est injectée

lors du Marché-Concours dans la comptabilité du revenu régional.

Plusieurs raisons nous poussent à croire que cette estimation, faute d'éléments plus précis, sous-estime la réalité. Il n'est qu'à voir les points d'interrogation qui subsistent dans notre tableau. D'autre part, les apports indirects cités ici ne sont qu'une estimation portant sur la durée du Marché-Concours. Comme nous l'avons vu plus haut, certains apports peuvent se prolonger bien au-delà et se manifester tout au long de l'année.

| <i>Type de prestation</i> | <i>Sujets</i> | <i>Apports directs</i> | <i>Apports indirects</i> |
|---------------------------|--|------------------------|--------------------------|
| Travail | Personnel de fonct. Env. 500 personnes | 90 000.– | – |
| | Personnel hôtelier Extras, env. 100 personnes | – | ? |
| | Divers | – | 10 000.– |
| Biens | Commerces locaux et régionaux | 150 000.– | 30 000.– |
| Services | Imprimerie | 65 000.– | 5 000.– |
| | Artisans | 60 000.– | 5 000.– |
| | Hôtellerie / Restaurants | 7 000.– | 100 000.– |
| | Transports | – | 15 000.– |
| Subventions | Sociétés locales | 5 000.– | 20 000.– |
| | Eleveurs | 50 000.– | ? |
| Impôts / Taxes | Commune | 7 000.– | ? |
| Locations | Commune | 5 000.– | 20 000.– |
| Epargne | Banques | 40 000.– | ? |
| Divers | Divers | 54 000.– | 15 000.– |
| | TOTAUX | 530 000.– | 220 000.– |

On peut donc légitimement faire l'hypothèse suivante :

chaque franc investi par le Marché-Concours sur le marché local étendu en produit au moins un autre.

Ce qui équivaut à dire que le Marché-Concours est à la base d'un chiffre d'affaires supérieur au million de francs. En réfléchissant plus simplement, on dira que 30 000.- spectateurs produisent cette somme si ils dépensent 35.- chacun. Ce qui montre bien le caractère plausible de notre hypothèse. Mais l'im-

portant ici n'est pas tellement dans la rigueur des chiffres. On retiendra donc surtout, au terme de cette analyse, que le Marché-Concours est, pour les Franches-Montagnes, une opération économique de première importance. Cette manifestation influence le revenu régional d'une manière très sensible. Elle contribue efficacement à dynamiser les secteurs tertiaire et primaire, tout en participant indirectement à l'amélioration structurelle de la région. Enfin, «last but not least», elle porte loin à la ronde l'image des Franches-Montagnes.

VI. Conclusion

Ballottées par la conjoncture économique mondiale, les Franches-Montagnes cherchent une nouvelle voie. Les années de bonheur fondé sur l'horlogerie sont aujourd'hui bien finies. Le développement futur sera divers ou ne sera pas.

Les habitants du Haut-Plateau montrent qu'actuellement ils sont prêts à saisir leur destin. Des choses se passent et font la «une» de l'actualité. On parle manège, Centre de loisirs, Office du tourisme, etc. Alors, de partout, on vient voir. Et comme l'a rappelé justement Pierre Arnold lors de l'inauguration du Centre de Loisirs, *«lorsque vient le monde, viennent les affaires»*.

Le Marché-Concours, précurseur en la matière, appartient à la même mouvance. Lui aussi apporte sa pierre au développement régional. Une pierre d'angle, en l'occurrence.

L'avenir du Marché-Concours sera brillant, n'en doutons pas, parce qu'il correspond toujours plus à un besoin. L'homme d'aujourd'hui vit ses loisirs comme ses affaires : à grande vitesse, en se battant contre lui, contre les autres, contre les éléments ou encore contre le temps. Toujours *contre*, jamais *avec*. Constructeur de robots sophisti-

qués, il reste impuissant à comprendre réellement ce qui fait le mystère du monde : *la vie*. Alors de plus en plus, il cherche des intermédiaires pour ne pas être totalement coupé de cette vie et de la nature.

Mais qu'il ne s'y trompe pas : dans le regard d'un chien, d'un chat, ou mieux encore dans celui d'un cheval, c'est sa propre image qu'il considère. Celle d'un être perclus de nostalgie, devenu étranger dans son propre monde.

Le Marché-Concours, c'est aussi cela : une approche communautaire d'un monde simple et franc, la redécouverte de valeurs oubliées et pourtant essentielles. C'est un grand bain de jouvence dans une autre culture : la culture du cheval.

C'est alors que se produit la mystérieuse métamorphose de Marché-Concours : la Fête du Cheval devient la Fête de l'Homme-Cheval, espèce nouvelle de centaure vivant dans un monde de sagesse et de simplicité, où les seules barrières connues sont celles des trois règnes : animal, végétal, minéral.

Michel Arnoux
Juillet 1987