

4 BIENNE

ÉCONOMIE Les milieux économiques et les autorités lancent une campagne ayant pour objectif d'attirer à Bienne le personnel qualifié et inciter les pendulaires à s'y installer

Une image promue par les habitants

JULIEN BAUMANN

Bienne souffre trop souvent d'une image peu attirante. Faits divers, trafic de drogues, fort taux de chômage et d'aide sociale, la ville a régulièrement mauvaise presse alors que ses atouts sont rarement mis en avant. Pour tor- dre le cou à ces préjugés, les autorités municipales, alliés aux milieux économiques lancent une campagne sur le site www.bienvenueabienne.ch. L'action est soutenue par une vingtaine de personnalités biennoises, ou ayant un lien avec la localité. Le gardien du HC Bienne Jonas Hiller et son entraîneur Mike McNamara, le magicien Blake Eduardo, l'artiste Isabelle Freymond, le rappeur Nemo, l'écrivain Thierry Luterbacher ou l'entrepreneur Fabian Engel ont, entre autres, accepté de prêter leur visage et leur voix pour vendre les mérites de Bienne dans une courte vidéo qui est le point de départ de cette campagne présentée hier.

Un message vivant

Premier objectif: trouver des Biennois, appelés «amis», qui sont d'accord de conseiller et de présenter leur ville à des personnes qui seraient intéressées à y habiter. Selon les responsables présents hier, au sein des entreprises biennoises, le constat est récurrent: le recrutement de collaborateurs est parfois difficile car les potentiels candidats ont de la peine à s'imaginer travailler, voire vivre à Bienne. «Bienne est un moteur économique pour la région. Le problème est qu'il est difficile de recruter de la main-d'œuvre qualifiée. Beaucoup de demandeurs d'emploi ne savent pas à quel point cette région est attrayante. Nous sommes donc convaincus de l'utilité de cette campagne», a affirmé Gilbert Hüirsch, directeur de la Chambre économique Bienne-



Les représentants des milieux économiques et culturels concernés ont lancé la campagne hier au Saint-Gervais. PETER SAMUEL JAGGI

Seeland. «Nous avons travaillé, réfléchi, développé cette campagne durant longtemps. Maintenant, cela fait plaisir de voir qu'il y a autant de gens qui sont fiers d'être Biennois», s'est réjoui pour sa part le maire Erich Fehr. «L'objectif est de lutter contre les clichés car il y a un décalage entre la perception des gens qui vivent à Bienne et le regard extérieur qui est porté sur la ville», a-t-il poursuivi. «S'il y a une chose dont je suis persuadé, c'est qu'on a une bonne qualité de vie. Pour les pendulaires qui passent beaucoup de temps dans les transports, je pense que ça vaut la peine de réfléchir à s'installer à Bienne.»

C'est pour rendre plus vivant le message que l'agence biennoise «erdmanpeisker» a eu l'idée de faire participer les habitants.

«Etant bâlois et ayant grandi à Zurich, je trouve que les gens ici sont authentiques et directs et la campagne est pensée dans le même état d'esprit», explique le

directrice de Cinévitale, Edna Epelbaum et du patron du Singe, Daniel Schneider. Ce

«**Quand on me demande ce que c'est Bienne, je réponds que c'est la plus petite métropole du monde.**»

DANIEL SCHNEIDER GÉRANT DU SINGE

directeur de l'agence Gabriel Peisker qui prévoit au final la production de 30 à 50 petits films montrant les diverses facettes de la ville. Deux person-

nalités ont déjà décidé de s'inscrire comme «amis». Il s'agit de la directrice de Cinévitale, Edna Epelbaum et du patron du Singe, Daniel Schneider. Ce

Quand on me demande ce que c'est Bienne, je réponds que c'est la plus petite métropole du monde», a-t-il plaidé hier pour rappeler que la vie culturelle y est bouillonnante pour une ville de 50 000 habitants.

La campagne «Bienvenue à Bienne» sera essentiellement diffusée sur internet et via les réseaux sociaux. Elle a coûté au total 300 000 fr., pris en charge pour deux tiers par la Ville, le reste étant financé par les différents partenaires économiques. D'ici octobre, les responsables espèrent trouver entre 100 et 200 «amis» qui permettront de faire rayonner cette image positive au-delà des frontières régionales. ●

www.bienvenueabienne.ch

LANGUES Des ateliers pour les enfants dès 4 ans

Dès la rentrée scolaire prochaine, l'association «Les ateliers de l'arc-en-ciel» proposent des ateliers de suisse allemand pour les enfants dès 4 ans. Ceux-ci se déroulent au centre-ville, dans les écoles Dufour et Plänke.

L'association a été fondée l'année passée à Reconvilier et a pour objectif d'organiser des ateliers d'animation pour enfants dans divers domaines culturels. A Reconvilier, les premiers ateliers proposés ont été des cours de suisse allemand, d'anglais et de cuisine. L'offre a rencontré un grand succès, puisque 80 enfants ont déjà suivi les différents modules à Reconvilier.

Monitrices bilingues

Les monitrices sont des personnes bilingues, et ont pour but de partager leur langue maternelle de manière ludique et adaptée à des petits. Elles sont au bénéfice d'une formation reconnue, passionnées par la petite enfance, et mamans. Avec des horaires de travail réduits, l'association permet donc également aux femmes de pouvoir reprendre une vie professionnelle après quelques années d'arrêt, et de concilier leurs plans familiaux et professionnels de manière aisée.

Afin que chaque famille puisse profiter de cette offre, le travail administratif est fait de manière bénévole et permet d'offrir des cours de qualité à des prix très abordables.

Dès la rentrée du mois d'août, en plus des cours de suisse allemand organisés à Bienne, de nouveaux ateliers sont mis sur pied à Reconvilier pour les enfants dès 3 ans pour les langues, 4 ans pour le yoga, 6 ans pour la cuisine et 8 à 12 pour le bricolage. ● C-MAS

Plus d'infos: arcencielateliers.bienne@gmail.com
arcencielateliers@gmail.com

ÉNERGIE ESB devient le sponsor du catamaran solaire Mobicat. Celui-ci verra son système électrique remis à neuf

«La première centrale solaire mobile autonome du monde»

Il y a très exactement 16 ans, le catamaran solaire Mobicat – le plus grand du genre à cette époque – effectuait son voyage inaugural. Cela ne tenait donc en rien du hasard que la Société de navigation du lac de Bienne présente hier son projet de «repowering» du bateau solaire ainsi que sa nouvelle collaboration avec Energie service Bienne (ESB). Et pour ce faire, rien de tel que de larguer les amarres, le temps d'une croisière, pour rejoindre l'utile à l'agréable.

«Nous avions auparavant un contrat de sponsoring avec les BKW. Celui-ci n'a pas été reconduit. Nous nous sommes donc naturellement tournés vers le fournisseur biennois d'énergie pour savoir s'il voulait bien reprendre le flambeau», a expliqué hier Thomas Mühlethaler, directeur d'exploitation de la SNLB. Fidèle à son engagement dans les énergies renouvelables – 100% du cou-



Le Mobicat devrait être doté des dernières technologies photovoltaïques d'ici à avril 2018. STEFAN LEIMER

rant fourni à Bienne provient d'énergies renouvelables –, ESB a accepté de sponsoriser le Mobicat, pour quatre ans.

Grâce à la conclusion de ce nouveau partenariat, la SNLB

peut envisager sereinement l'avenir de son bateau solaire. Et notamment la remise à neuf de ses batteries et de ses panneaux solaires.

«La technique a fait de grands

progrès, a souligné Thomas Mühlethaler. Nous projetons de doter le Mobicat de cellules photovoltaïques de dernière génération pour augmenter la performance de la production d'énergie. Les an-

ciennes batteries plomb-acide seront aussi remplacées par des batteries modernes au lithium-phosphate de fer.»

Ces changements auront pour conséquence, d'une part, de réduire le poids de l'installation de 60%, tout en conservant une capacité identique. D'autre part, l'autonomie du bateau sera doublée. De sept heures actuellement, elle passera à 14h avec la nouvelle installation.

Une centrale flottante

L'autre nouveauté qui découlera de ce «repowering» est que le catamaran pourra injecter le surplus de courant non utilisé dans le réseau d'ESB. «Il s'agira ainsi de la première centrale solaire mobile autonome au monde», s'est réjoui Martin Kamber, le directeur d'ESB.

Celui-ci est particulièrement heureux de pouvoir étoffer l'offre de courant électrique produit

à Bienne sous le label de courant écologique certifié «naturamade star» et appelé «Biel/Bienne».

Plus de 350 clients ont déjà opté pour cette électricité 100% biennoise, disponible depuis le début de l'année. «En intégrant le Mobicat à la production locale de courant écologique, nous espérons nous faire de la bonne publicité et attirer de nouveaux clients. Je suis persuadé, à en croire les 67% de Biennois qui ont voté oui à la stratégie énergétique de la Confédération, que de nombreuses personnes sont prêtes à payer un peu plus cher pour avoir du courant provenant d'énergies renouvelables locales», a plaidé Martin Kamber.

Pour installer les nouvelles batteries et les cellules solaires, la SNLB devra déboursier 600 000 fr. Les travaux devraient se faire durant l'hiver et se terminer au printemps 2018. ● MAS