

Canton du Jura

District de Delémont

District de Porrentruy

Franches-Montagnes

Moutier

Jura bernois

TRANSPORTS PUBLICS

LQJ, 13.11.2018

Les CJ prennent le wagon du tourisme

► Les Chemins de fer du Jura sont devenus au fil des années un prestataire touristique incontournable, notamment dans les Franches-Montagnes.

► Le tourisme ne pèse cependant pas autant dans les résultats des CJ que dans ceux d'une compagnie comme le Montreux-Oberland bernois (MOB). Cela reste marginal, selon le directeur de la compagnie Frédéric Bolliger.

► Tourisme et transports publics, tel était le thème du colloque annuel du lobby Oustrail.



Les CJ sont prisés pour les courses d'école et autres groupes qui viennent par centaines.

PHOTO ROGER MEIER

Il a beaucoup été question de transports publics dans les régions alpines vendredi à Yverdon-les-Bains, avec notamment la compagnie ferroviaire du Montreux-Oberland bernois (MOB) ou le Groupe Téléverbier SA. «Bateaux à vapeur, trains de montagnes, funiculaires: les transports publics de la Suisse occidentale se sont développés en grande partie avec l'arrivée et l'essor du tourisme anglais à la fin du XIX^e siècle», a rappelé Claude Hêche, président d'Oustrail.

Le directeur des Chemins de fer du Jura (CJ) Frédéric Bolliger, parmi les 120 participants au colloque, a suivi avec intérêt les présentations. Pour les CJ également, le tourisme prend de l'importance. La

compagnie se voit elle-même comme un prestataire touristique, même si cet apport n'a pas la même importance que pour le MOB, dont 80% des recettes émanent du tourisme, souligne Frédéric Bolliger.

Part peu importante, mais stratégique

Aux CJ, une étude effectuée il y a cinq ans situait l'apport des touristes à 18% de ses clients en période touristique, précise Frank Maillard, responsable marketing. Le tourisme ne va jamais atteindre aux CJ les proportions qui sont celles du MOB, renchérit le directeur. La part des touristes est relativement peu importante dans le nombre des voyageurs des CJ. «Le Jura est une région

touristique qu'on doit développer, mais ce ne sera jamais une région de tourisme de masse», dit Frédéric Bolliger, pour qui les CJ ont d'abord pour vocation de transporter des pendulaires, des écoliers et des marchandises. Il n'empêche que le tourisme est «stratégiquement un secteur d'augmentation de la clientèle, qui est travaillé par les CJ», souligne Frank Maillard.

30 000 Jura-Pass l'année dernière

Les touristes voyageant avec les CJ sont plutôt des clients individuels, explique Frank Maillard. Mais ces trois dernières années, le Jura-Pass a modifié la donne. «C'est un outil qui a fondamentalement

transformé la fréquentation des transports publics», observe Frank Maillard. Guillaume Lachat, directeur de Jura Tou-

risme, confirme: «C'est un avantage. On dit la Suisse trop chère, mais ces prestations complémentaires ont de quoi séduire les gens. Pour une famille de cinq personnes séjournant au village Reka à Montfaucon, se rendre aux grottes de Réclère en transports publics représenterait vite une belle somme. Avec le Jura-Pass, l'offre devient intéressante.» En 2017, plus de 30 000 Jura-Pass ont été distribués, précise Guillaume Lachat. Selon les CJ, c'est la ligne Glovelier-La Chaux-de-Fonds qui est la plus utilisée par les porteurs d'un Jura-Pass.

Les CJ, prestataire touristique

Pour la compagnie ferroviaire, le tourisme «est stratégique, et travaillé davantage via les collaborations qu'aux CJ tout seuls. Il ne se passe pas grand-chose niveau tourisme régional sans que les CJ ne

soient sollicités», souligne Frank Maillard. En partenariat avec La Traction, l'offre comprend le train à vapeur des Franches-Montagnes, le train Belle Époque, le train des Horlogers. Il faut y ajouter le parcouru en trottinette, la location de vélos classiques et électriques, les offres ludiques ou éducatives pour les écoles, les propositions d'itinéraires pédestres combinables avec un retour en train... Les CJ déploient un «panel d'offres touristiques sans commune mesure dans la région avec plus de 400 groupes par année, hors courses d'écoles».

Pour le tourisme, le Jura va bientôt viser une région de plus: la Franche-Comté, avec son réservoir d'adeptes de la mobilité douce. Un groupe de travail a été formé en lien avec l'ouverture prochaine de la ligne Bienne-Belfort pour exploiter ce nouveau créneau touristique. **GEORGES MAILLARD**

Signaux au vert pour la destination Franches-Montagnes

► Frank Maillard: «Les touristes sont une clientèle d'un bon rapport, qui permettra à l'avenir d'avoir une répercussion d'image très positive. Le profil type est quand même le couple de seniors alémaniques qui vient marcher. Inévitablement, on sait que ces gens partagent leur expérience au niveau privé. Ensuite, ce sont des gens qui en parlent autour d'eux, à leurs enfants. De plus en plus de familles alémaniques viennent avec leurs enfants. On connaît l'immense succès du village Reka à Montfaucon. Les signaux sont au vert pour la destination Franches-Montagnes. C'est notre ressenti comme prestataire. Le week-end, ça parle davantage allemand que français entre fin mai et fin septembre dans nos trains. Notre site internet est obli-

gatoirement bilingue. Si on ne le fait pas, on a vite des remarques. Le week-end en période touristique, ces touristes peuvent vite atteindre une part de 40%.»

► Un bémol: «Nous sommes tributaires de la météo. Sur ce plan, on ne peut pas se plaindre des années 2017 et 2018. Mais c'est très compliqué de comparer les années. Un gros chantier, comme celui qui a interrompu la ligne CFF Delle-Delémont pendant six semaines cet été, pèse inévitablement le tourisme sur cette période. Les gens sont très déçus d'avoir un bus de remplacement qui sillonne l'asphalte plutôt qu'un train dans le paysage des Franches-Montagnes», regrette Frank Maillard. **GM**