

Les volleyeurs se mettent au service

Dans l'épisode précédent: la folle semaine de Romain Paratte, le boucher de Saignelégier, qui, fraîcheur oblige, fabrique ses saucisses de veau en dernière minute.

Personne n'y échappe. En période de Marché-Concours, les membres des clubs sportifs ou autres sociétés locales sont hypersollicités. Qui pour passer quelques heures derrière le bar, qui pour assurer le service dans une cantine ou encore pour procéder au montage ou au démontage d'infrastructures.

Pour le bien commun

Du ski-club au tennis, en passant par les gros clubs que sont le hockey et le foot, plusieurs centaines de bénévoles jouent le jeu. Pour le bien commun: «C'est un investissement en temps très important, admet Bertrand Faivet, le

nouveau président de VFM, nous mobilisons ainsi plus d'une centaine de membres durant cet événement, mais cela vaut le coup.» En l'espace de trois jours, le club franc-montagnard récupère ainsi une jolie somme, qui représente entre 5 et 8% de son budget – établi à plus de 470 000 francs pour la saison 2019/20.

«Cela varie quelque peu selon les années, en fonction notamment de la météo, mais, généralement, le chiffre d'affaires réalisé lors du Marché-Concours oscille entre 55 000 et 60 000 francs», livre le président. Les frais, qui englobent, outre la location de l'emplacement et de l'infrastructure, les différentes taxes, l'alimentation en victuailles et en boissons et encore les services d'un cuisinier, oscillent entre 35 000 et 40 000 francs.

Membres sensibilisés

En fin de compte, le bénéfice dégagé lors du Marché-

Concours n'est pas négligeable pour la bonne marche du club: «Sans ce bénéfice, ce serait la misère! Cela nous obligerait à chercher d'autres sources de financement, soit en augmentant le sponsoring, soit en relevant les cotisations ou encore en prenant des mesures de restriction. Lorsque nous faisons appel à nos membres pour le Marché-Concours, nous les sensibilisons à cet aspect.»

«Sans le bénéfice réalisé lors du Marché-Concours, ce serait la misère!»

Un DJ pour se renouveler

Dès cet après-midi, une équipe de VFM procédera au montage de l'infrastructure

de la Gare. «Nous ne sommes pas implantés dans ce qu'on désigne habituellement comme étant le «Triangle d'or» du Marché-Concours (n.d.l.r.: espace situé entre la Banque Cantonale et Jura Tourisme). Par conséquent, nous devons régulièrement trouver des solutions pour nous renouveler et être identifiables. Bien que nous ayons la chance de propo-



VFM expérimente de nouvelles astuces pour doper la fréquentation de sa cantine et améliorer le service.

ser la friture de carpe et que nous drainons de nombreux amis du club, nous ne pouvons pas rester sur nos acquis.»

Un placeur et des délais raccourcis

De plus, estime Bertrand Faivet, il faut faire face à un changement des modes de consommation: certains jeunes se ravitaillent dans les magasins plutôt que dans les buvettes. Pour redynamiser son espace, VFM a donc engagé un DJ. Par ailleurs, l'année der-

nière, le club a expérimenté avec succès l'utilisation de talkies-walkies pour la transmission des commandes et embauché un «placeur», chargé de faire patienter les gens au bar avant de les inviter à passer à table: «Ainsi, nous avons pu servir une centaine de repas supplémentaires.» L'expérience devrait être renouvelée lors de cette édition.

Les responsables restent très présents sur le stand, cela permet notamment de réduire les risques de «coulage», soit évi-

ter que certains se servent dans la caisse ou ne soient trop généreux lors de l'encaissement.

Une fois toutes les précautions prises, reste à alimenter le stand. L'année dernière, on a éclusé ici plus de 500 litres de bière, 350 litres de coca, eau et limonade et quelque 100 bouteilles de vodka, autant de Suze, et une septantaine d'autres bouteilles d'alcool fort. Mais restons raisonnables, la fête n'en sera que plus belle.

VÉRONIQUE ERARD-GUENOT

