

energy

# forum

## STADE DE SUISSE



Le magazine des clients FMB

votre partenaire

**1to1**  
energy



## L'esprit d'innovation suisse



**« Le Stade de Suisse sera, si vous me permettez l'expression, une seconde Place fédérale. »**

On l'entend partout : la Suisse ne progresse pas, elle peine à développer et à réaliser de grands projets. Les entraves sont multiples, les innovations et les réformes insuffisantes.

Cette vision pessimiste de notre pays est démentie par les faits. Heureusement. Mais nous avons la particularité, en Suisse, de nous intéresser davantage aux erreurs, aux négligences et aux défaites qu'à nos victoi-

res, à nos performances et à nos succès. Nous avons pourtant bien plus de raisons de considérer que notre verre est à moitié plein que de regretter qu'il soit à moitié vide.

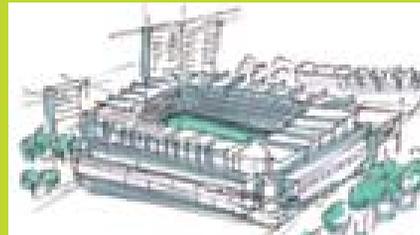
En ce qui concerne le tout nouveau stade national à Berne, j'estime qu'il conviendrait même de parler d'un verre rempli à ras bord. Le complexe multifonctionnel du Stade de Suisse Wankdorf Berne ne sera pas uniquement un nouveau lieu de rencontres central et facilement accessible pour tous les Suisses, mais en quelque sorte, si vous me permettez l'expression, une seconde Place fédérale. Sans doute deviendra-t-il également l'emblème suisse du sport, de la culture, du divertissement et des technologies innovantes en matière d'énergie. Et il illustre parfaitement comment la foi inébranlable en une idée permet de venir à bout de tous les obstacles et de réaliser de grands projets.

Je me réjouis à la perspective de voir l'esprit d'innovation exemplaire qui est à l'origine du Stade de Suisse Wankdorf Bern rayonner, grâce notamment à sa centrale solaire, bien plus loin que notre capitale, dans tous les cantons et dans la Suisse entière. Et peut-être même au-delà.

**Samuel Schmid, président de la Confédération**



## La naissance du stade



### 1986 : les débuts

Premier projet de construction d'un nouveau stade de football pouvant accueillir 50 000 spectateurs. Objectif : l'organisation de la Coupe du monde 1998 en Suisse.



### 2001 : le projet

Pas de Coupe du monde, mais un projet bouclé : un stade moderne, multifonctionnel, pouvant accueillir 32 000 personnes.



### 2005 : l'inauguration

Les petits plus : le partenaire principal FMB, la plus grande centrale solaire au monde installée sur le toit d'un stade et le centre de réunion et d'information SOLEIL de FMB.

*Partenaires : Martin Pfisterer, membre de la Direction d'entreprise de FMB (à gauche), et Peter Jauch, directeur du Stade de Suisse Wankdorf Nationalstadion AG.*

## Impressum

**Editeur :** BKW FMB Energie SA, 3000 Berne 25

**Rédaction :** Martin Reusser, Marketing Communication

**Traduction :** Service Linguistique FMB et Gaëlle Retureau

**Concept/Layout/Réalisation :** Steven Schneider, Paul Widmer, Philipp Metzler, Lilian Wagner, Infel SA, Militärstrasse 36, 8021 Zurich

**Photos :** Otto Hauenstein Samen, Philipp Zinniker, imagepoint, akg-images, Severin Nowacki, archives de l'ASDF, Nokia, Keystone, Tomas Wüthrich, collection Schaer, Max Furi, SF DRS/Christian Lanz

**Impression :** Benteli Hallwag Druck SA, Seftigenstrasse 310, 3084 Wabern

# 4

# « Allez FMB, alle

\*Banderole de Greenpeace datant d'août 2001

**En matière d'énergies renouvelables, FMB est le fournisseur d'électricité le plus innovateur de Suisse. L'installation de la centrale solaire sur le toit du Stade de Suisse n'a pourtant pas été de tout repos !**

**L**e 3 août 2001, le légendaire stade du Wankdorf fut démoli. Sa disparition marqua la fin d'une ère : celle de 80 ans de football chargés d'émotion, dont l'apogée fut la Coupe du monde de 1954, où l'Allemagne remporta la finale contre la Hongrie, pourtant favorite, et accéda au titre suprême. Cette victoire entra dans l'histoire comme le « miracle de Berne » et fit la renommée du vieux stade du Wankdorf bien au-delà des frontières suisses. Les Young Boys de Berne eurent eux aussi leur heure de gloire dans les années 50 : entraînés par l'Allemand Albert Sing, ils remportèrent quatre fois de suite le Championnat et deux fois la Coupe de Suisse.

Et voici que s'ouvre une nouvelle ère glorieuse, tout au moins en ce qui concerne le Stade de Suisse. Le complexe multifonctionnel se retrouvera sous les projecteurs du monde entier au plus tard lors de l'Euro 2008. Mais pour les Suisses, le stade national est déjà un lieu de rencontre majeur. La centrale solaire installée sur son toit, le centre de réunion et d'information SOLEIL de FMB et de nombreuses autres attractions devraient drainer un large public.

La centrale solaire du Stade de Suisse est la plus grande centrale au monde intégrée à un stade. Comme toutes les grandes réalisations, elle a débuté par un vague projet. Chefs d'entreprise, défenseurs de l'environnement, ingénieurs, politiques, membres du clergé et autres ont enchaîné volées, centres et passes décisives. Il y a bien eu quelques passes en re- >



## Du stade de football au complexe

Le premier stade du Wankdorf, construit en 1925, contenait 22 000 places. Il fut agrandi pour la Coupe du monde de football de 1954 afin d'accueillir 64 000 fans, dont la plupart durent admirer le spectacle debout. Le nouveau Stade de Suisse offre désormais 32 000 places assises lors des rencontres de football et 40 000 places assises et debout lors des autres manifestations.

# Z ! »>\*

# 5

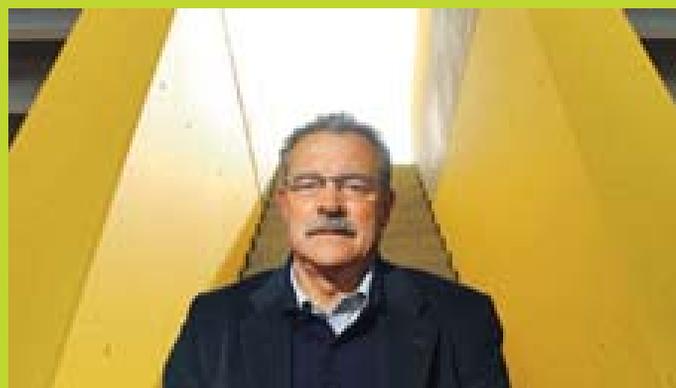


## multifonctionnel

S'il conserve sa vocation de haut lieu du ballon rond, il remplit également bien d'autres fonctions grâce à son centre commercial regroupant 30 magasins, à son complexe composé de salles de conférences, d'écoles, de bureaux, de logements, d'un centre d'entraînement avec suivi médical et de salles d'exposition, et à SOLEIL, le centre d'information et de réunion qui surplombe la plus grande centrale solaire de Suisse.

Peter Jauch, 58 ans, directeur de la société Stade de Suisse Wankdorf Nationalstadion AG

## « La star, c'est le stade »



« Soyons clairs : le Stade de Suisse n'est pas un stade de football mais un complexe événementiel abritant un centre commercial avec de nombreuses boutiques, un centre d'affaires avec salles de réunion et de conférences, ainsi que des écoles, des bureaux et des restaurants. Bien sûr, le BSC Young Boys et le football tiennent une place importante dans le nouveau stade et nous espérons que les YB y réaliseront de grands exploits. Mais le football seul ne suffit pas à rentabiliser un tel complexe. Grâce au concept multifonctionnel, nous comptons accueillir de 3,5 à 4 millions de visiteurs par an, qui pourront se divertir, participer à des conférences, se restaurer, suivre une formation ou faire des achats pratiquement 24 heures sur 24. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : alors que l'ancien stade du Wankdorf réalisait un chiffre d'affaires annuel de quatre à six millions de francs par an sur une superficie de 50 000 mètres carrés, le nouveau complexe rapportera de 190 à 200 millions de francs sur la même surface.

Tout a été mis en œuvre pour que les gens se sentent bien. Au travers de l'architecture d'abord, mais aussi par le choix des couleurs, le soin apporté à l'aménagement, la structure des armatures, l'agencement spacieux des locaux, etc. Que l'on vienne assister à un match de football, à une conférence, à un concert de rock ou à une compétition de lutte suisse, la véritable star, c'est le stade. »

> trait et dribles inutiles... mais qui s'en soucie après une si belle victoire ?

### >> La composition de l'équipe

Par où commencer ? Sûrement pas par 1986, année où le projet de nouvelles tribunes nord avec piscine et gymnase est refusé. Ni par 1994, quand le projet d'un stade neuf incluant des bureaux et locaux commerciaux est approuvé mais abandonné faute d'argent. En fait, l'aventure débute en 1997 lorsque les Bernois votent en faveur d'un remaniement du plan de zones, donnant au projet un nouvel élan.

A peu près au même moment, la Confédération décide de remédier à l'état lamentable de la plupart des équipements sportifs suisses en lançant le programme CISIN (Conception des installations sportives d'importance nationale). L'objectif : améliorer les conditions de pratique du sport en Suisse.

L'ingénieur-électricien bernois Thomas Hostettler poursuit un objectif similaire : créer de meilleures conditions, non pas pour le sport, mais pour l'énergie solaire, sa spécialité. Un matin, en lisant le journal, il apprend qu'un concours d'architecture est ouvert pour le nouveau stade du Wankdorf. Il téléphone aussitôt à la société de construction Marazzi, retenue comme entrepreneur général. « Pourrait-on envisager de construire une centrale solaire sur le toit du stade ? », demande-t-il. La réponse est oui.

Mais la route sera longue. Très longue. Pour le stade, et plus encore pour la centrale solaire. >

## Du papier au numérique



Pour assister à un match, à une comédie musicale ou à un concert au Stade de Suisse, vous pouvez bien sûr acheter un billet classique imprimé sur papier. Mais les technologies modernes vous permettront bientôt de vous divertir, de vous restaurer, de dévaliser la boutique des YB et même d'accéder aux tribunes sans un sou en poche, par exemple grâce à la montre Swatch Access. Vous pourrez aussi commander un billet numérique envoyé sur votre téléphone portable sous la forme d'un MMS. Celui-ci contient un code-barres qu'il vous suffira ensuite de passer devant un lecteur pour pénétrer dans le stade.



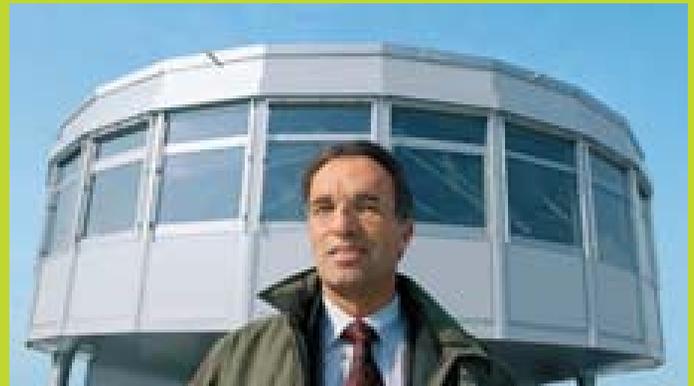


## Du rendez-vous entre hommes à la sortie en famille

Le football, une affaire d'hommes ? Autrefois, peut-être. Dans les stades modernes, le nombre de femmes assistant aux matchs ne cesse d'augmenter, à Berne comme ailleurs. Sans doute est-ce dû aux nombreux attraits que présente ce complexe novateur et multifonctionnel, même lorsqu'il ne se passe rien sur la pelouse. Les boutiques, le salon de coiffure, le centre de fitness, les restaurants et la boutique des YB avec sa multitude d'articles pour les fans sont autant de raisons qui justifient une visite. Mais rassurez-vous, le simple fait de venir assister à un match suffit aussi à amortir le prix des billets et ce, pour toute la famille. Il y a bien entendu l'action sur le terrain, parfaitement visible depuis n'importe quelle place dans les gradins. Mais un espace réservé aux familles permet en outre aux parents et enfants de suivre le match dans une atmosphère détendue. La sécurité et la propreté y font l'objet d'une attention particulière. Enfin, l'architecture du complexe vaut à elle seule le déplacement.

Martin Pfisterer, 56 ans, membre de la Direction d'entreprise de FMB

## « Un lieu de rencontre »



« BKW FMB Energie SA est le principal partenaire du Stade de Suisse. La rencontre de deux mondes aussi différents est déjà un exploit en soi. Notre rôle en tant que compagnie d'électricité est avant tout de fournir du courant électrique 24 heures sur 24 à un million de personnes dans six cantons. Le Stade de Suisse nous offre des opportunités uniques : une vitrine nationale pour exposer nos compétences dans le domaine de l'énergie, l'occasion de servir la recherche internationale grâce à notre centrale solaire et un fabuleux espace d'échanges avec nos clients.

Par conséquent, le Stade de Suisse est aussi un lieu de rencontre pour FMB. Des locaux spécialement aménagés permettent de rendre accessibles et attrayantes pour les enfants, les familles et même les experts différentes innovations dans le domaine de l'énergie : la gestion intelligente de l'énergie, la centrale solaire, l'exceptionnel baby-foot solaire, des jeux interactifs et beaucoup d'autres choses.

Nous sommes convaincus que le Stade de Suisse deviendra un lieu de rencontre important dans notre pays et nous entendons y contribuer à travers notre engagement. »

### >> Le coup d'envoi

Exploiter l'énergie du soleil, voilà une idée judicieuse. Sa puissance dépasse en effet l'entendement. En seulement cinq heures, le soleil répand sur la Suisse autant d'énergie que le pays en consomme durant toute une année. On comprend pourquoi tant de spécialistes se penchent sur la question. La conversion des rayons du soleil en électricité ne pose d'ailleurs aucun problème technique.

Le problème, ce sont les organes décisionnaires et les coûts.

Il faut donc trouver un investisseur solvable pour financer la centrale solaire. Et un distributeur pour commercialiser l'électricité produite. A l'évidence, ni l'un ni l'autre n'existent. Ce qui n'empêche pas Greenpeace Suisse de lancer en 1999 une campagne réclamant l'installation d'une centrale solaire sur le toit de tous les nouveaux stades. Kuno Roth, éducateur à l'environnement chez Greenpeace, rappelle l'argument de l'époque : « Les stades sont des lieux populaires. Il n'y a pas de meilleur endroit pour populariser l'énergie solaire. »

Entre-temps, le projet du nouveau stade est confié à un bureau d'architectes de Lausanne. Il ne prévoit pas de centrale solaire mais un multiplexe de cinéma.

### >> L'offensive

Début 2000, Kuno Roth et une poignée de bénévoles distribuent 30 000 prospectus dans les boîtes aux lettres de

particuliers à Berne et dans quelques communes avoisinantes. Il s'agit d'inciter les destinataires à manifester auprès de FMB leur intérêt pour du courant solaire provenant du toit du stade.

Car FMB est manifestement la seule entreprise capable de réaliser un tel projet. Depuis 1992, elle effectue des études poussées sur l'énergie solaire à Mont-Soleil, où elle exploite déjà une installation de la taille de trois terrains de football. Rien d'étonnant donc à ce que ses ingénieurs se penchent depuis longtemps sur l'idée d'une centrale solaire sur le toit du stade. Mais ils savent aussi que le degré d'ensoleillement est moins important sur le Plateau que dans le Jura. Pourront-ils malgré tout convaincre leur entreprise de s'engager dans cette voie ? Il semble en effet plus intéressant pour FMB de s'investir dans la gestion efficace, intelligente et moderne de l'énergie au sein du nouveau stade.

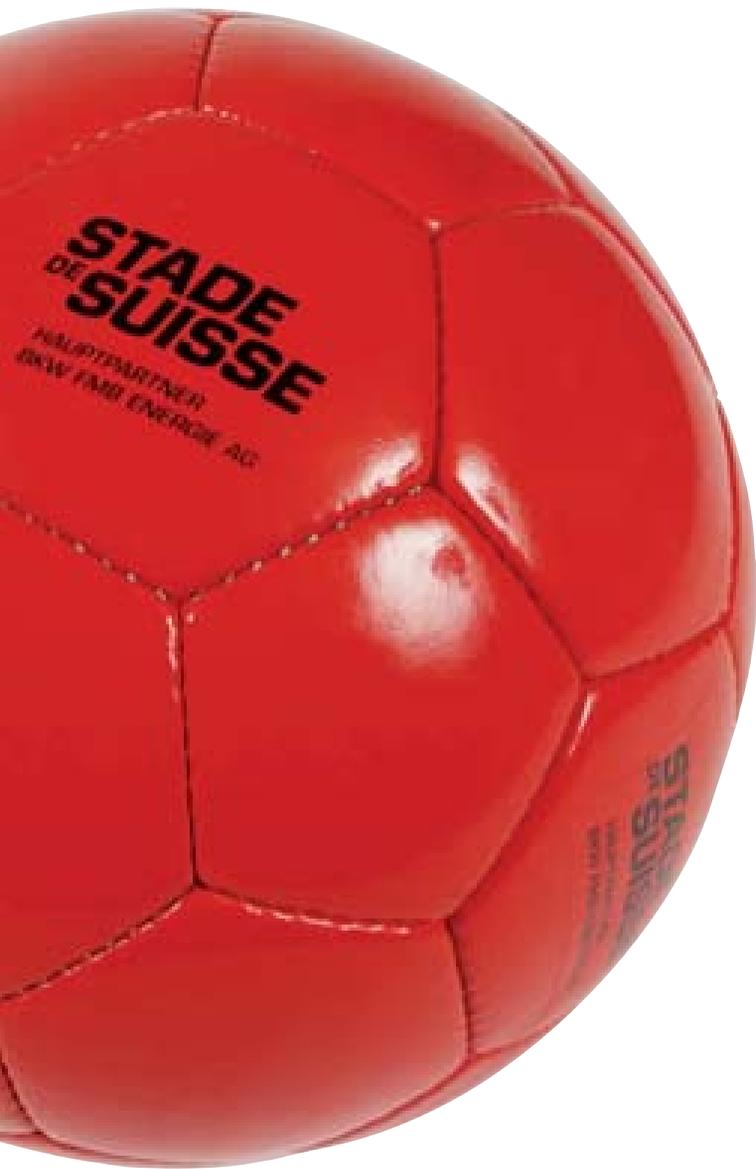
C'est alors que FMB reçoit plus de 500 courriers de ménages se déclarant prêts à acheter du courant solaire qui serait produit sur le toit du stade.

### >> Une tactique exemplaire

Selon le calendrier initial, le nouveau stade doit ouvrir ses portes en 2001. Mais le stade vétuste du Wankdorf est toujours là. Des voix s'élèvent contre le projet de reconstruction, l'idée d'un multiplexe de cinéma est rejetée. Heureusement, il y a aussi de bonnes nouvelles : l'entreprise de construction >



## De la vessie de porc à la micropuce



En 1906, les règlements stipulèrent que le ballon de football officiel devait être en cuir. Il se composait de bandes de cuir naturel cousues à la main. Une ouverture permettait d'introduire une vessie de porc que l'on gonflait avant de refermer l'interstice. Jamais tout à fait ronds, ces ballons étaient aussi plus lourds qu'aujourd'hui. Dans les années 70, le ballon synthétique cousu à la machine fit son apparition. Certes plus léger, il ne conservait pas non plus sa forme très longtemps. Aujourd'hui, les ballons sont composés d'une enveloppe en polyuréthane collée et non plus cousue. L'intérieur contient des millions de microbilles remplies de gaz, qui résistent à de fortes pressions et empêchent le ballon de se déformer. Car un ballon rond se doit d'être et de rester... rond. A l'avenir, les ballons contiendront sans doute une micropuce qui enverra un signal à l'arbitre dès que le ballon franchira les buts. Des tests sont déjà en cours.

Nicole Petignat, 37 ans, arbitre suisse de haut niveau

## « Le jour et la nuit »



« La différence entre un stade ancien et un stade moderne, c'est le jour et la nuit. Il est difficile de décrire l'atmosphère fantastique et impressionnante qui règne dans un stade moderne.

Un bon stade dégage en effet une atmosphère particulière même lorsque les gradins sont vides. Comme je suis arbitre, j'arrive toujours sur le terrain deux heures avant le début du match, et je devine tout de suite si la rencontre sera un grand événement ou non. Cela ne tient pas tellement au sport en lui-même mais plutôt au caractère spectaculaire du stade. C'est pourquoi je crois que le Stade de Suisse attirera davantage de public, et en particulier de femmes, parce qu'il est bien conçu, esthétique, confortable et constitue un événement en soi.

Quand je dois arbitrer un match au Stade de Suisse, j'arrive encore plus tôt pour avoir le temps de faire du shopping dans les nombreuses boutiques du stade. Mais plus sérieusement : c'est une bonne chose que la Suisse, qui héberge des associations internationales de football comme la FIFA et l'UEFA, dispose enfin d'un stade de niveau international. »

> Marazzi réussit à convaincre Coop, la Suva et la Winterthur, trois investisseurs solides, de participer au financement.

Début août 2001, les deux tiers du complexe projeté sont loués, ce qui sonne définitivement le glas du vieux stade. Des membres de Grüne Bündnis et de Greenpeace se rassemblent devant le siège de FMB à Berne. Se surnommant les « Sun Boys », ils portent des t-shirts noir et jaune et brandissent une banderole sur laquelle on peut lire : « Allez FMB, allez ! » Ils ont apporté un ballon de football sur un panneau solaire avec une note déclarant que la balle est désormais dans le camp de FMB. Face à cette action sympathique, FMB garde le silence et poursuit l'analyse des résultats d'études énergétiques, juridiques et financières qu'elle a initiées.

Six mois plus tard, au printemps 2002, le Zurichois Peter Jauch est nommé directeur du Stade de Suisse. Son équipe et lui sont chargés de commercialiser dans une stratégie globale le stade et l'équipe des BSC Young Boys. Fort de son expérience acquise lors de la création du stade de Bâle puis à la tête du stade St-Jacques pendant trois ans, Peter Jauch sait précisément ce qu'il veut. Il élabore un business plan solide, qui rend la rentabilité du stade indépendante des recettes du football. A travers ce concept, il vise également un autre objectif : trouver un partenaire principal pour le Stade de Suisse.

Intéressée à double titre, du fait de sa proximité géographique avec le

stade et de son implication dans la gestion intelligente de l'énergie, la société FMB examine l'offre. Martin Pfisterer, membre de la Direction d'entreprise de FMB, se souvient : « Le dessein d'exploiter le Stade de Suisse 365 jours par an et de le rendre totalement indépendant des recettes du football a rendu l'hypothèse d'un partenariat envisageable. Cette assise solide et la crédibilité de Peter Jauch ont joué un rôle déterminant dans la décision d'associer nos projets. »

FMB rejoint donc l'équipe. Les projets d'une utilisation efficace et économique de l'énergie, de construction de la centrale, et même de commercialisation du courant solaire se précisent. Tout le monde travaille d'arrache-pied.

### >> La menace d'une exclusion

Alors que tous ces projets sont sur le point de se concrétiser, une nouvelle menace se fait jour.

En septembre 2002, une tempête agite le Parlement fédéral, qui doit étudier la proposition suivante : équiper le Stade de Suisse d'un système de chauffage aux copeaux de bois financé par la Confédération, ou plus exactement par le programme CISIN. Le Conseil national trouve l'idée acceptable et l'approuve, mettant ainsi en danger le projet de FMB dont, il est vrai, seuls quelques parlementaires ont alors connaissance. Le Conseil des Etats rejette pour sa part la proposition, arguant notamment que le budget du programme CISIN n'est pas destiné à produire de l'air chaud. L'affaire est >



## Du coton à la fibre high-tech



Aujourd'hui encore, nous portons des vêtements en coton. Cette matière présente en effet de nombreux avantages, dont celui d'être résistante. Mais elle a aussi un inconvénient majeur : son haut pouvoir absorbant. En cas de pluie, les maillots en coton se gorgent rapidement d'eau et pèsent d'autant plus lourd sur les épaules des joueurs. C'est pourquoi les tenues de football actuelles sont fabriquées à partir de fines fibres de polyester et de polyamide. Ces tissus high-tech laissent s'évaporer la transpiration sans devenir humides. Autre avantage : une bobine de microfibre longue de dix kilomètres pèse tout juste un gramme.

Fritz Mühlethaler, 43 ans, chef du projet Stade de Suisse chez FMB

## « Découvrir les multiples facettes du monde de l'énergie »



« Les efforts de FMB dans le domaine des énergies renouvelables ne sont pas une fin en soi. Aujourd'hui leader sur le marché suisse du courant écologique, FMB s'efforce en effet de diffuser les nouvelles technologies auprès d'un large public. Nous alimentons ainsi le tournoi de volley-ball de Gstaad et le festival du Gurten en courant solaire. Au happening lyss, notre partenaire local 1to1 energy fournit du courant écologique produit par la centrale hydroélectrique d'Aarberg, de même qu'aux Journées cinématographiques de Soleure ainsi qu'au Mont Soleil Open Air Festival de l'énergie éolienne provenant de Mont-Crosin.

FMB démontre une autre application pratique de l'énergie solaire avec le MobiCat, le plus grand bateau solaire au monde. Mû par sa propre énergie, celui-ci glisse en silence sur le lac de Biemme pour le plus grand enchantement de ses passagers.

Mais aucun de ces projets n'expose aussi clairement les opportunités et les limites des énergies renouvelables que le Stade de Suisse. Le centre de réunion et d'information SOLEIL de FMB en offre un bel exemple : d'abord au travers de son panorama des Alpes au Jura, ensuite grâce à la centrale solaire et à ses nombreuses innovations techniques. Sans parler de l'exposition elle-même, qui permet de découvrir de façon ludique les multiples facettes du monde captivant de l'énergie. »

> donc renvoyée au Conseil national.

Lors de la seconde séance du Conseil national, le Conseil fédéral précise les choses. Samuel Schmid annonce qu'un investisseur privé est disposé à financer la construction d'une centrale solaire. Les conseillers se laissent convaincre et rejettent cette fois le chauffage aux copeaux de bois. Quant à l'investisseur privé, il s'agit évidemment de FMB.

### >> Un tir magistral

Le 5 décembre, le conseiller fédéral Samuel Schmid reçoit un courrier de FMB : « Lors du débat du 25 septembre 2002 à propos de l'Euro 2008, vous avez attiré l'attention du Conseil national sur une initiative privée se proposant d'appliquer les énergies renouvelables au Stade de Suisse. Nous avons en effet travaillé intensivement au développement d'un projet précurseur visant à installer une vaste centrale solaire sur le toit du nouveau stade. C'est pourquoi nous sommes heureux de vous communiquer cette information de première main... »

Le lendemain, 6 décembre, FMB annonce publiquement qu'elle sera partenaire principale du Stade de Suisse. Martin Pfisterer souligne devant la presse le rôle important joué par de multiples acteurs : « De nombreuses voix s'étant élevées dans les communes bernoises, les organisations de défense de l'environnement, les paroisses, le comité « Pro Solarstadion », spécialement créé à cet effet, les milieux politiques et jusqu'au Parle- >

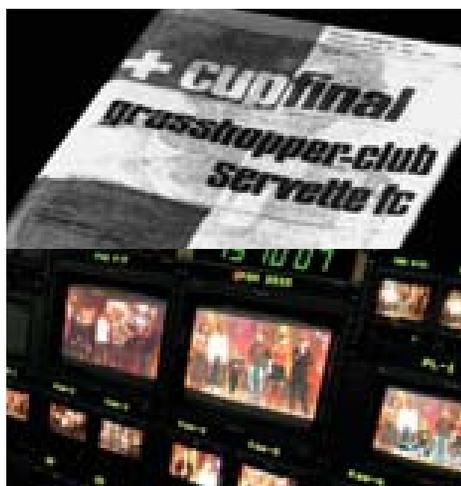
## Du champ en friche ...



Le temps où les terrains de football ressemblaient à des champs en friche est révolu. La pelouse moderne se compose de rouleaux de gazon assemblés par des spécialistes sur une couche de drainage épaisse de 80 centimètres. Cette couche contient un drain souple long de 13 kilomètres qui permet de maintenir le niveau d'humidité du sol ainsi que 26 kilomètres de conduits de chauffage grâce auxquels les racines de la pelouse poussent même en hiver ! Last but not least : la pelouse du Stade de Suisse est entièrement chauffée par récupération de la chaleur résiduelle !

## Du programme imprimé à la chaîne de télé

« Demandez le programme de la rencontre ! », entendait-on autrefois dans les gradins du stade. Le fan de l'époque y trouvait tout ce qu'il y avait à savoir, c'est-à-dire la composition provisoire de l'équipe, le commentaire du président du club et le classement de la ligue nationale. Le fan d'aujourd'hui est plus exigeant. Avant le match, 240 écrans disposés dans l'enceinte du Stade de Suisse diffusent donc une interview de l'entraîneur pour informer le public de la forme des buteurs et de son évaluation de l'adversaire. Images de l'entraînement, portraits des joueurs, conseils de personnes en vue et avis des fans complètent le programme. Après le coup de sifflet final, la chaîne du stade retransmet en direct la conférence de presse et repasse les meilleurs moments de la rencontre. L'ensemble des programmes est également diffusé sur le site Internet [www.stadedesuisse.ch](http://www.stadedesuisse.ch).





... à la pelouse moderne



## Du stand de hot-dogs à la Future Lounge

Saucisses et cervelas ravissaient jadis les papilles des spectateurs dans les gradins. Aujourd'hui encore, les fans peuvent déguster les fameuses saucisses YB et autres grillades. Mais les seize points de restauration ainsi que le restaurant du stade proposent également une offre plus variée, des spécialités méditerranéennes à celles d'outre-Atlantique : kebabs, pizzas, pâtes ou cuisine américaine, il y en a pour tous les goûts. Les invités de marque se verront offrir des spécialités dans la Future Lounge, qui peut aussi être louée pour des manifestations privées.

Ralph Ammann, 34 ans, responsable Events Stade de Suisse Wankdorf Bern

« Mout manifestations culturelles seront possibles ! »



« Les Young Boys et le football tiendront une grande place dans le nouveau stade. Nul doute que des championnats passionnants nous attendent et que le stade sera bientôt réputé pour son fantastique public de supporters.

Mais le succès du stade ne repose pas uniquement sur le football. Le nouveau complexe est aussi un lieu où se croiseront habitants et employés du quartier, fans, hommes d'affaires, étudiants, auditeurs de conférences, promeneurs, gastronomes et adeptes du shopping. C'est un espace de loisirs et de bien-être pour tout un chacun.

La taille de nos salles de conférences permet d'accueillir des séminaires et des congrès pour lesquels aucun lieu adéquat n'existait jusqu'à présent dans la région de Berne. De plus, il sera désormais possible d'organiser de gigantesques manifestations culturelles : des concerts, des opéras en plein air, des festivals de musique, des concours de lutte suisse, et même des compétitions de ski ou de motocross. Le stade est en outre facilement accessible depuis toute la Suisse par les transports publics.

Le Stade de Suisse est donc bien plus qu'un simple stade de football. C'est un complexe événementiel d'un genre nouveau, qui offrira aux spectateurs – ou plutôt à nos précieux clients – de multiples occasions de vivre de fabuleux moments. »

> ment fédéral pour demander l'installation d'une centrale solaire sur le toit du stade, nous avons décidé, en notre qualité d'entreprise novatrice et tournée vers l'avenir, de réaliser cette centrale. »

Un an plus tard, fin 2003, FMB dépose une demande de permis de construire pour la plus grande centrale solaire de Suisse.

### >> Le but de la victoire

Depuis mi-mars 2005, la centrale solaire du Stade de Suisse fournit du courant 100% écologique. Si la demande est suffisante, de nouveaux panneaux seront installés afin d'accroître la production de courant solaire.

Dans le souci de promouvoir l'énergie solaire, FMB a créé un concept inédit : le centre de réunion et d'information SOLEIL. FMB attend plus de 30 000 visiteurs par an. Perchés à trente mètres au-dessus du terrain de football, ceux-ci pourront admirer l'installation solaire sur le toit du stade, la ville et l'agglomération de Berne, et même les Alpes et le Jura. Sans conteste un point de vue incomparable. Et c'est tant mieux. Car pour faire progresser les choses, il faut voir loin ! ■

Raymond Bischoff, 56 ans, chef de la délégation régionale BKW FMB Energie SA à Delémont

## « L'énergie solaire non subventionnée la moins chère »



Avec plus de 50 autres partenaires, BKW FMB Energie SA est le premier fournisseur d'énergie de Suisse à avoir donné un nom au courant électrique; plusieurs produits de la marque « 1to1 energy » ont ainsi été commercialisés depuis. Toutes les énergies renouvelables ont été certifiées « naturemade star ».

Le courant solaire produit par la centrale située sur le toit du Stade de Suisse remplit lui aussi ces sévères critères. C'est l'énergie solaire non subventionnée la moins chère de Suisse. Le supplément par kWh s'élève à 80 centimes. Les clients peuvent l'acheter par tranche à partir de 50 kWh. Pour donner un ordre d'idées, on peut regarder la télé durant 625 heures avec cette quantité d'électricité.

Pour commercialiser « 1to1 energy sun star », nous avons décidé d'innover en proposant ce produit avec 50 partenaires et en offrant aux clients commerciaux concernés des conditions avantageuses d'utilisation du centre d'information et de réunion SOLEIL. FMB vise un objectif : si elle parvient à vendre l'énergie produite par la première tranche (puissance 850 kW), elle débutera la deuxième étape de l'extension de l'installation, qui produira 1300 kW.

**Acheter du courant solaire, c'est simple comme bonjour ! Pour de plus amples informations, composez le 0844 121 113 ou rendez-vous sur [www.bkw-fmb.ch](http://www.bkw-fmb.ch)**

Commandez maintenant!

# 1to1 energy sun star

Bulletin de  
commande au dos >

Vous pouvez dès maintenant commander  
1to1 energy sun star, le courant solaire produit  
sur le toit du Stade de Suisse.

[www.1to1energy.ch](http://www.1to1energy.ch)

Le bulletin a disparu ? Composez simplement le 0844 121 113  
pour en commander un autre.

Notre courant.

**1to1**  
energy

