



Rapport du Conseil communal

relatif au bilan des Journées de la Métropole Horlogère et à l'appui d'une demande de crédit de CHF 480'000.– pour la poursuite de son action

(du 15 octobre 2014)

au Conseil général

de la Ville de La Chaux-de-Fonds

Madame la présidente,
Mesdames les conseillères générales,
Messieurs les conseillers généraux,

Résumé

"Les Journées de la Métropole Horlogère (JMH)" est une association qui vise à promouvoir la Métropole Horlogère aussi bien en termes culturels, professionnels, que touristiques.

La Ville a soutenu cette association par un versement de CHF 400'000.– pour la période de 2008 à 2011.

Le bilan de ces quatre années est conforme à ce qui avait été annoncé.

Fort de son expérience, et après une large démarche de concertation avec les principaux protagonistes du monde horloger, l'association a redéfini ces objectifs et son organisation. À terme, son activité devrait entre autre mener à la création d'un label qui mette en avant la Métropole Horlogère au même titre que d'autres labels, comme le Poinçon de Genève.

Les objectifs de cette association correspondent fortement à la volonté de notre ville de développer l'attractivité de notre cité en s'appuyant sur le thème du temps et de l'horlogerie. C'est pourquoi notre Conseil souhaite pouvoir continuer de soutenir l'activité des JMH pour ces trois prochaines années. Il est prévu que ce montant soit complété par du sponsoring privé et les autres soutiens étatiques.

Introduction

En 2008 (PV de la 51^e séance du 14 avril 2008, pages 4420 et suivantes), votre Conseil nous autorisait à consacrer CHF 400'000.– sur trois ans à la mise en valeur de la filière horlogère et de son savoir-faire au travers de l'organisation des Journées de la Métropole Horlogère (JMH).

Parallèlement, le comité de l'association sollicitait l'aide du Canton, de la Confédération et des milieux privés.

Si le Canton et la Confédération se sont engagés à soutenir la manifestation par le biais de la politique régionale, ils l'ont fait tardivement et dans une moindre mesure que souhaité. Les milieux privés se sont avant tout investis en offrant des prestations gratuites ou à tarifs préférentiels.

Rappel et bilan de 2008 à 2011

Les JMH sont l'aboutissement d'une idée née en 2007, issue de la réflexion d'un groupe de femmes et d'hommes attachés à une région toute entière, extraordinairement singulière par ses compétences, ses savoir-faire et l'histoire de son industrie et désireux de la mettre en valeur.

«Les Journées de la Métropole Horlogère (JMH)» est une association à but non lucratif, fondée le 19 septembre 2008 à La Chaux-de-Fonds.

Les journées organisées par cette association se sont rapidement imposées comme l'événement rassembleur et promotionnel dont la région avait besoin pour communiquer cette unicité patrimoniale.

La vocation des JMH est principalement:

- de mettre en lumière l'exceptionnel patrimoine industriel et culturel de notre région;
- d'en souligner l'ADN étonnant qui fait son unicité;
- de restaurer cette région dans la notoriété industrielle et professionnelle qu'elle mérite;
- de stimuler la fierté d'appartenance des populations locales;
- de faire rayonner l'entier de la région au-delà des limites nationales;
- de stimuler les atouts régionaux en termes touristiques;

Autrement dit, faire des Journées de la Métropole Horlogère un rendez-vous annuel, aussi pertinent qu'incontournable, dédié à l'horlogerie dans son sens le plus large, laquelle serait mise en valeur au travers d'événements aussi bien culturels que promotionnels dont les effets sont profitables à l'image de la région aussi bien en termes culturels, professionnels que touristiques.

2008

L'année 2008 a revêtu une importance capitale puisqu'elle a été celle de la mise en place de la substantifique moelle des JMH, en commençant par la création de l'Association, l'élaboration de ses statuts et la nomination de l'organe de contrôle.

Les membres du Comité Directeur ont œuvré dans les secteurs suivants:

- recherche de fonds;
- établissement des contacts administratifs;
- mise en place de la stratégie de communication;
- définition du graphisme identitaire de l'association;
- construction d'un site Internet;
- organisation d'un événement RP (relations publiques) et presse pour rendre public le lancement des JMH, le mardi 4 novembre 2008 au Club 44.

Un travail conséquent a été ainsi réalisé pour construire l'image, la communication, la promotion et le tissu connectif dont les JMH ont besoin pour être connues et reconnues.

Du 5 novembre au 9 décembre 2008, quelques manifestations ont été organisées et intégrées aux Journées de la Métropole Horlogère, avec notamment:

- «24 images par seconde»: cycle de films sur la thématique du Temps au cinéma, dans les salles de La Chaux-de-Fonds et Neuchâtel;
- la 3^e Journée de Recherche en Marketing Horloger, organisée en collaboration avec la Haute école de gestion Arc de Neuchâtel, au Club 44 à La Chaux-de-Fonds;
- la 12^e Journée Internationale du Marketing Horloger sur le thème de «La communication horlogère» au théâtre de l'Heure bleue à La Chaux-de-Fonds;

- le 2 décembre 2008, au MIH Musée International d'Horlogerie, «24 images par seconde», une conférence par Vincent Adatte sur le thème de la représentation du Temps au Cinéma.

2009

Le véritable coup d'envoi des JMH est donné le 4 novembre 2009.

Trente-six manifestations sont programmées sur la période allant du 4 novembre au 21 décembre 2009.

Du rapport d'activités détaillé, nous retiendrons les points suivants:

- le comité exécutif s'est réuni régulièrement tout au long de l'année 2009 pour ses séances de travail et pour les rencontres avec les autorités, les partenaires et les médias ;
- le Conseil consultatif, constitué de personnes représentant les milieux partenaires de l'association, s'est réuni à cinq reprises;
- le comité directeur s'est chargé de faire le lien avec les instances publiques et les services administratifs concernés par le projet;
- une importante recherche de fonds a été menée. Toutefois, plus que des sponsors, les JMH ont bénéficié du soutien de nombreux partenaires dont les prestations non facturées ont contribué à la réalisation du programme.

Le bilan de ce premier exercice est positif, même si des ajustements ont été nécessaires par la suite.

2010

Malgré un changement au niveau de la présidence, ce sont les mêmes objectifs et ambitions que ceux établis en 2008 qui sont en ligne de mire lors de l'établissement du programme. Le profil des JMH 2010 est cependant substantiellement modifié dans la durée et l'articulation des manifestations.

Un lieu ouvert durant toute la durée des JMH, nommé «Watch Gallery», devient le cœur battant de la manifestation. Une exposition horlogère y est organisée grâce à la participation de vingt-cinq marques horlogères parmi les plus prestigieuses de Suisse.

Des conférences, colloques et autres ateliers d'initiation couplés aux Journées du Patrimoine permettent la tenue d'un programme cohérent et une fréquentation très honorable de la Watch Gallery.

La recherche de fonds a été laborieuse et, en 2010 comme en 2009, les JMH doivent davantage à leurs nombreux partenaires prestataires d'avoir pu réaliser une session relativement dense qu'à ses sponsors.

Deux réunions du Conseil consultatif sont organisées en 2010, sans pour autant recueillir une adhésion très marquée des différents participants.

La presse régionale n'a pas tenu son rôle lors de la session 2010 et il faut bien relever que même la presse horlogère ne s'est pas sentie concernée par ce qui se passait à La Chaux-de-Fonds. Il convient de préciser que l'actualité horlogère est extrêmement intense à cette époque de l'année, où de nombreuses expositions sont organisées pour et par les marques aux quatre coins du globe. Il en résulte peu de disponibilités, aussi bien de la part des journalistes que des acteurs horlogers.

A ce constat, il convient d'ajouter qu'une manifestation dont le but est d'avoir une visibilité internationale doit pouvoir mettre à son programme au moins un événement de grande amplitude qui justifiera le déplacement des personnalités du milieu professionnel et des amateurs (clients et collectionneurs). Or, financièrement, les disponibilités des JMH en 2010 n'ont pas permis d'intégrer à sa programmation un élément de cette nature.

2011

Au programme, une vingtaine de manifestations, dont «l'épicentre» demeure la Watch Gallery et où étaient présentés respectivement:

- quatre thèmes d'expositions, à savoir:
 1. les travaux des Lauréats du Concours de Chronométrie 2011
 2. les travaux des Lauréats de la Société Suisse de Chronométrie 2011
 3. une sélection de montres à chronoscope
 4. une sélection de montres exceptionnelles
- Les Ateliers d'initiation
- Le Cinémontre

Univers dédié à l'horlogerie, la Watch Gallery a été ouverte au public chaque jour durant toute la durée des JMH.

Rappelons que cet espace n'aurait pas vu le jour sans le soutien des marques horlogères, ainsi que le partenariat avec le Concours de Chronométrie et la Société Suisse de Chronométrie, dont la participation a ajouté une crédibilité de haut niveau.

L'autre élément ayant donné un éclat tout particulier à la Watch Gallery a été l'organisation des Ateliers d'initiation, lesquels ont rencontré un succès remarquable. De fait, au cours de deux week-ends où professeurs et élèves de l'école d'horlogerie du CIFOM ont donné de leur temps pour faire rêver les amateurs de l'art horloger, la Watch Gallery a accueilli jusqu'à 150 personnes par jour et, qui sait, fait naître quelques vocations auprès d'un public fasciné par la mesure du temps.

En mettant à son programme:

- la conférence organisée par l'OCOSP, destinée à ses collaborateurs conseillers en orientation professionnelle;
- l'inauguration du CARROUSEL DES MONTRES;
- les Journée de Recherche du Marketing Horloger - JRMH et Internationale du Marketing Horloger – JIMH ;
- l'exposition «L'EXPÉRIENCE DE LA VILLE» ;
- deux sessions de travaux de l'ECOLE D'ARTS APPLIQUÉS;
- la Bourse du MIH;
- la Journée FSRM;
- les rencontres du JMH Club Convergence;

les JMH 2011 ont démontré non seulement la diversité des thèmes qui peuvent être abordés au cours d'une telle manifestation, mais également l'intérêt que représente la plateforme JMH pour l'ensemble de ce secteur professionnel.

Enfin, c'est une grande première qui a lieu le 7 novembre 2011, à savoir la rencontre publique de deux patrons horlogers, Maximilian Büsser, MB&F et Jean-Frédéric Dufour, Zénith, qui, l'espace d'un Face à Face, ont confronté leur vision de l'horlogerie. Ce Face à Face marque les JMH d'une couleur nouvelle et innovante.

À l'heure des bilans, il convient d'analyser objectivement un élément majeur des JMH 2011, à savoir le sponsoring.

En effet, malgré des efforts particulièrement soutenus, tant auprès des organismes bancaires que des sociétés et institutions directement liées à l'horlogerie, le résultat de ces démarches a été médiocre, pour ne pas dire inexistant.

Les établissements bancaires, notamment, semblent lire l'organisation des JMH comme une promotion faite à l'horlogerie qui intéresse au premier plan l'horlogerie elle-même, autrement dit les entreprises, les pouvoirs publics de la région (Neuchâtel et Jura), le secteur du tourisme, ainsi que les divers organismes liés à l'industrie horlogère. Nombre d'institutions semblent estimer qu'il ne leur incombe pas de soutenir cette démarche dès lors que le milieu horloger jouit d'une santé telle qu'elle pourrait financer cette démarche promotionnelle sans faire appel à un sponsoring extérieur.

A ce constat, il faut ajouter que les organismes, directement liés à l'industrie horlogère, ne peuvent entrer en matière non plus quant à un sponsoring en raison de leur manque de budget.

C'est donc en négociant âprement chaque montant et en faisant appel au soutien de partenaires qui limitent le montant de leurs factures et/ou offrent des prestations que les JMH 2011 ont pu être organisées et soutenues par une communication conséquente.

Un partenariat conclu avec Worldtempus a permis aux JMH d'être présentes durant six semaines sur ce site largement fréquenté par un public d'amateurs et de professionnels.

Enfin, un encart dans la presse régionale (L'Impartial et L'Express) présentant la totalité du programme a permis de rendre visibles les JMH comme jamais auparavant.

A l'identique des autres années, la Librairie Payot a relayé les JMH dans onze de ses points de vente, distribuant le programme des JMH et placardant l'affiche JMH dans ses vitrines.

Il n'en demeure pas moins que cette année encore, la modestie du budget global des JMH n'a pas permis au Comité Directeur de promouvoir la session 2011 comme elle l'aurait voulu, le temps manquant autant que l'argent.

Repositionnement pour 2015 à 2017

Avant de relancer un nouveau programme d'activités, le Comité Directeur des JMH a souhaité procéder à une analyse objective des éditions passées. Il a ainsi lancé une large démarche de concertation avec les principaux protagonistes du monde horloger, à savoir les marques, associations, institutions, écoles et offices de tourisme.

Avec chacun de ces acteurs, les points suivants ont été évoqués:

- Les JMH ont-elles véritablement séduit le monde horloger, le programme d'activités correspondait-il aux besoins et comment obtenir une plus grande implication des milieux concernés?
- Comment générer une croissance plus significative de la fréquentation des JMH? La durée de l'événement et les moyens de communication sont-ils adéquats?
- Comment générer plus de sponsoring en sus des nombreux partenaires «donateurs»? Faut-il revoir les événements ou introduire d'autres éléments, notamment des événements festifs que les sponsors pourraient s'appropriier et partager avec leur clientèle?

De ces échanges, il ressort le besoin des milieux horlogers de s'associer à un concept ambitieux et innovant, de sorte que la région tout entière en soit valorisée tout en permettant de souligner l'extraordinaire accession des villes du Locle et de La Chaux-de-Fonds au Patrimoine Mondial de l'UNESCO.

Suite de quoi, le Comité Directeur a décidé:

- de renforcer les bases des JMH et sa stratégie;
- de créer un dialogue avec le monde horloger afin qu'il s'exprime sur ses attentes et ses besoins;
- de créer un lien entre le monde horloger et les autorités politiques de La Chaux-de-Fonds;
- de mettre en valeur le concept Métropole Horlogère au travers de quelques événements annuels, de courte durée mais de très grande tenue;
- de se donner les moyens financiers d'une communication active, nationale, voire internationale, de sorte à notamment restaurer une réelle fierté d'appartenance de tout le bassin de population attaché à notre industrie et d'en promouvoir activement les atouts et le dynamisme dans les différents milieux économiques concernés.

Le Comité Directeur a redéfini ses objectifs et son organisation afin de pouvoir mettre en œuvre des activités pouvant s'ancrer dans la durée et apporter la valeur ajoutée attendue par la communauté.

Aujourd'hui, par ses diverses activités, l'association ambitionne:

- de contribuer au rayonnement de la Ville de La Chaux-de-Fonds en tant que Métropole Horlogère, au niveau national et, dans une moindre mesure, au niveau international;
- de mettre en avant l'incroyable richesse du tissu économique et les opportunités offertes tant par la solidité des conditions cadres que par la diversité industrielle;
- de donner de la visibilité à l'intégralité de la chaîne de valeurs de l'industrie horlogère;
- de promouvoir les filières de formation locales liées à l'horlogerie.

A terme, l'activité de l'association doit mener à la création d'un label qui permette une reconnaissance de La Chaux-de-Fonds Métropole Horlogère et à la préservation de son savoir et de sa compétitivité, au même titre que d'autres labels, tel que le poinçon de Genève.

Les JMH se voient comme le point de convergence, le trait d'union entre public et privé, entre la collectivité, les habitants et les acteurs économiques. A ce titre, elle souhaite se mettre au service de la Ville pour encourager et développer les potentiels et opportunités développés par la collectivité.

Le Comité Directeur des JMH n'envisage d'ailleurs pas son action sans une coordination avec les services de la Ville, principalement au niveau économique, de la communication et avec les Journées du Patrimoine Horloger.

Aussi, pour pouvoir mener à bien ce programme ambitieux, les JMH ont élargi leur Comité Directeur, qui est l'organe exécutif, en intégrant deux représentants de la Ville de La Chaux-de-Fonds.

Le Comité Directeur est en outre composé de Jean-Claude Cattin, trésorier, et de Kalust Zorik, qui sont tous deux à la genèse des JMH. Ils ont été rejoints récemment par Nathalie Veysset, qui a repris la présidence de l'association. Mme Veysset est une native de La Chaux-de-Fonds et a été l'ancienne directrice des montres DeWitt. Basée aujourd'hui à Genève, elle dispose d'une excellente connaissance des acteurs de l'horlogerie.

Le Comité Directeur sera épaulé par un Comité stratégique, composé de représentants de la collectivité publique et de l'industrie horlogère dont la mission sera de s'assurer que les activités des JMH restent profondément liées aux besoins de la Métropole Horlogère.

Concept pour les années 2015 à 2017

Un événement de lancement aura lieu en marge des Journées Internationales du Marketing Horloger, qui se tiendra le 4 décembre 2014. Les JMH profiteront ainsi de la présence ce jour-là de plus de 300 acteurs de l'horlogerie provenant de tous horizons, dont une importante représentation des médias.

A cette occasion, les nouvelles orientations des JMH, ainsi que le programme 2015, seront dévoilées.

Contrairement aux éditions précédentes, les Journées de la Métropole Horlogère n'auront plus lieu sur une période compacte de plusieurs semaines. En effet, ce format se révèle inadapté au maintien de l'attention médiatique, à l'assurance d'une bonne fréquentation et à la recherche de sponsors.

La nouvelle mouture prévoit une série de temps forts répartis sur toute l'année, en coordination avec les autres événements horlogers se déroulant au niveau local et national:

- *Événements de Networking*: un des principaux besoins évoqué par le monde horloger était celui de pouvoir se rencontrer à intervalles réguliers et pouvoir échanger plus facilement. Cette série d'événements, qui se tiendront chaque trimestre, a justement pour but de permettre une plus grande concertation à l'intérieur du monde horloger.
- *Conférences au Club 44*: dans la continuité des éditions précédentes, une à deux conférences seront organisées chaque année, permettant de faire vivre ce lieu emblématique autour de questions de fond.
- *Journées d'initiation / Valorisation des métiers*: un des grands succès des éditions précédentes, ces journées destinées à faire découvrir la richesse de la chaîne de valeurs horlogère au grand public seront évidemment reconduites, en collaboration avec les filières de formation et des acteurs de l'horlogerie.
- *Journées d'évaluations*: les JMH souhaitent ainsi répondre à une question souvent posée: la valorisation des patrimoines souvent familiaux, tant en pièces d'horlogerie qu'en outillage ancien. En s'associant à une maison d'enchère, les JMH proposeront une journée d'évaluation officielle, faite par un expert reconnu du monde des enchères.

- *Watch Gallery*: certainement un des événements les plus appréciés, la Watch Gallery sera reconduite, car c'est une des uniques occasions dont dispose la population et les acteurs de la chaîne de valeurs horlogère de découvrir la richesse de ses créations.
- *Exposition l'Heure Métropolitaine*: création d'une seconde exposition permettant de focaliser l'attention des passionnés d'horlogerie sur la Métropole, sous l'angle de la célébration de l'heure publique, du design horloger, et des modes contemporains d'afficher et de donner l'heure. L'exposition comprendra 24 panneaux représentant les 24 heures d'une journée.
- *Le Grand Prix de la Métropole Horlogère*: organisé en alternance avec le Prix du Design et de la Technique Horlogère, le Grand Prix permet de donner aux JMH un véritable rayonnement international. Le Grand Prix est décerné à une personnalité féminine marquante de l'horlogerie, quelque soit son origine.
- *Le Prix du Design et de la Technique Horlogère*: il vise à mettre en avant la richesse et l'excellence des filières de formation. Intégré dans le cursus de formation, il permet, tous les deux ans, à une volée d'étudiants d'axer leur travail de diplôme sur des thèmes liés à l'horlogerie. Ce prix vise également à créer une pépinière de talents et de les rendre plus visibles pour le monde horloger.

Élément fondamental, qui est également ressorti de manière très claire de l'audit, la communication joue un rôle central dans la nouvelle stratégie des JMH.

Désireuses de se donner les moyens de ses ambitions, les JMH ont entamé une refonte complète de leur site internet. Elles donneront ainsi plus de place aux acteurs du monde horloger par la création de pages partenaires.

Un programme actif de communication digitale permettra d'augmenter la visibilité des JMH, de ses activités et de ses partenaires. Les JMH s'adjoindront les services de professionnels de la communication pour renforcer leur message et leur présence, tant de manière continue que ponctuelle, autour des différents temps forts de ses activités.

Le budget minimal annuel des JMH permet non seulement de couvrir les différentes activités prévues, mais comprend également une importante activité de promotion réalisée au niveau de la communication digitale et des relations avec la presse, ceci afin d'offrir un maximum de visibilité tant à la Ville de La Chaux-de-Fonds qu'aux différents partenaires industriels.

Il se présente comme suit:

ACTIVITE	BUDGET MINIMAL ANNUEL
Lancement du Programme 2015-2017	9'800.–
Conférences au Club 44	84'200.–
Grand Prix de la Métropole Horlogère	65'900.–
Journées d'initiation / valorisation des métiers / Journées d'évaluation	101'700.–
Événements de Networking	33'600.–
Expositions	71'600.–
Frais de Communication	120'700.–
TOTAL	487'500.–

Pour pouvoir atteindre ses objectifs, la démarche des JMH doit s'inscrire dans la durée, au-delà du programme 2015-2017, et nécessite de ce fait un soutien à long terme.

Le financement sera basé sur trois piliers:

- Sponsoring privé: afin d'améliorer les opportunités, les JMH ont mis en place un programme dynamique permettant de solliciter des sponsors sur de nombreux plans, dont des partenariats, l'accès à la plateforme de communication des JMH, des sponsoring d'événements, ainsi que des prix. Le sponsoring privé devra couvrir entre un tiers et la moitié du budget annuel.
- Subvention par la Ville de La Chaux-de-Fonds: le soutien de la Ville de La Chaux-de-Fonds est indispensable et devrait couvrir au moins un tiers du budget annuel.
- Autres subventions: le reste du budget devrait être couvert par d'autres subventions, obtenues au niveau cantonal et fédéral.

Notre Conseil souhaite renforcer de manière notable la collaboration entre le Service économique et toutes les organisations telles que les JMH qui concourent à mettre en valeur la créativité liée à l'industrie et aux métiers d'art de notre cité.

En effet, les associations sont un lien indispensable entre la Ville et les acteurs de la vie économique et touristique que nous voulons développer.

Notre soutien aux JMH doit donc servir de levier et encourager tout acte consistant à retrouver une notoriété que notre région a quelque peu perdue au profit notamment de Bienne ou Genève, dont la vitrine horlogère est une référence.

Conséquences sur les finances

Ainsi, notre Conseil est d'avis de participer à hauteur de CHF 480'000.– sur trois ans pour soutenir ce projet, dont la portée est considérée comme stratégique.

Le tableau suivant donne le détail financier:

Amortissement (33%)	CHF	158'400.00
Intérêts (2.9%) sur la moitié de l'investissement	CHF	6'960.00
Total :	CHF	165'360.00

Il est à noter que les JMH ne sollicitent qu'occasionnellement nos services pour des prestations supplémentaires en nature.

Respect des lignes prioritaires fixées par le programme de législature

Le soutien aux JMH participe à la concrétisation du programme de législature 2012-2016 sur plusieurs axes, notamment l'axe 1, "Bien vivre dans la cité", par l'objectif 1.8 "Soutenir la vie sociale et la vie associative" ; l'axe 3, "Prosperer et se développer", par l'objectif 3.1 "Planifier le développement de la ville sur le long terme"; et l'axe 4, "Une ville qui rayonne", par l'objectif 4.2 "Améliorer l'image de la ville à l'extérieur".

Conséquences sur les ressources humaines

Les éventuelles tâches assumées pour l'organisation des JMH seront suivies dans le cadre normal du travail des services concernés.

LE CONSEIL GENERAL
DE LA VILLE DE LA CHAUX-DE-FONDS

Vu un rapport du Conseil communal

arrête:

Article premier.- Un crédit de CHF 480'000.– TTC sur trois ans est accordé au Conseil communal pour soutenir les Journées de la Métropole Horlogère.

Article 2.- Ce crédit figurera au compte des investissements.

Article 3.- L'investissement sera amorti au taux de 33%.

Article 4.- Le Conseil communal est chargé de l'exécution du présent arrêté, après les formalités légales.

AU NOM DU CONSEIL GENERAL
La présidente La secrétaire
Sylvia Morel Anne Monard