



LA CHAUX/DE/FONDS

MÉTROPOLE HORLOGÈRE  
UHRENMETROPOLE  
METROPOLI OROLOGIERA  
WATCHMAKING METROPOLIS

## Rapport d'information du Conseil communal

**relatif à sa politique de communication**

(du 11 novembre 2010)

### au Conseil général

de la Ville de La Chaux-de-Fonds

Monsieur le président,  
Mesdames les conseillères générales,  
Messieurs les conseillers généraux,

Lors du débat du 3 septembre 2009, à la suite de l'interpellation urgente déposée par le groupe PLR "Communication, faire mieux et plus, oui, mais avec quels moyens?", le Conseil général avait exprimé le souhait qu'un rapport d'étape soit dressé quelques mois après l'entrée en fonction des deux coordinateurs engagés début février 2010.

### Historique

Le 1<sup>er</sup> octobre 2007, le Conseil communal saisissait le Conseil général d'un rapport en réponse à la motion Veya déposée le 15 décembre 1993, qui demandait que le Conseil communal développe l'information destinée à la population. Ce rapport faisait l'inventaire des mesures prises jusque là, à savoir notamment:

- La création d'un site internet (2001);
- La création d'un poste de chargé de communication (2002);
- La professionnalisation de la communication avec envoi de communiqués de presse et organisation de conférences de presse;

- Rencontres avec la population (présentation programme de législature; budget 2005; campagne de votation sur le referendum fiscal, présentation des résultats du concours du Crêt-du-Loche);
- Création du DVD *La Chaux-de-Fonds, espace et temps, espace du temps* .

Ce rapport mentionnait entre autres que la politique du Conseil communal en la matière reposait sur quatre piliers, à savoir le maintien du poste de chargé de communication, une augmentation des moyens financiers à disposition (budget ordinaire passant de CHF 40'000.- à CHF 80'000.-), la mise en place d'une structure de travail interne avec un comité de pilotage et trois groupes de travail ainsi que le classement de la motion.

Le rapport a été accepté par 25 voix sans opposition par le Conseil général, lors de sa séance du 29 octobre 2007.

### **Une priorité de la législature**

Malgré les nombreuses initiatives prises jusqu'ici, l'image de La Chaux-de-Fonds peut encore être améliorée en regard de ses richesses et atouts. Trop souvent notre ville peine à convaincre lorsqu'il s'agit de provoquer des investissements, en particulier publics. Ainsi, le Conseil communal issu des élections d'avril 2008 a fait de la communication d'une image cohérente l'une de ses lignes directrices.

### **Nouvelle organisation à la chancellerie**

Dès son entrée en fonction, la chancellerie, secondée par le chargé de communication, s'est attelée à la politique de communication. La première étape des mesures d'amélioration s'est portée sur l'organisation interne. Simplifiée, elle est devenue plus efficace (réduction du nombre de groupes de travail, mais établissement de séances régulières avec rapports au Conseil communal).

En mai 2009, le Conseil communal a adopté une stratégie de communication qui, partant d'un diagnostic, fixe des objectifs, définit un message et des publics cibles. Déclinée ensuite en actions, cette stratégie sera actualisée chaque année.

Rapidement, il est apparu que le fonctionnement qui était celui de la communication au sein de la Chancellerie pouvait encore être amélioré. La nécessité s'est imposée de faire de la communication un vrai service

transversal, chargé non pas de mettre en œuvre toutes les actions mais d'en assurer la coordination. Le Conseil communal y voit aussi un moyen d'assurer la cohérence du message et de rationaliser les ressources.

En juin 2009, le Conseil communal a accepté d'augmenter la dotation de la Chancellerie de 0,6 poste et de créer à la place de la fonction de chargé de communication, deux postes de coordinateurs, l'un dévolu aux relations médias et à l'information, l'autre à la communication externe et à la promotion. Cette augmentation est motivée par différents facteurs: le nombre croissant des projets liés à la communication, l'exigence d'assurer une transversalité, mais surtout la volonté de mieux répartir les tâches entre l'information et la promotion et d'acquérir de nouvelles compétences.

Mis au concours à l'automne 2009, les postes ont été pourvus au 1<sup>er</sup> février 2010. Dans un premier temps, 100% ont été dévolus au secteur information et 60% au secteur de la promotion. Dès le 1<sup>er</sup> juillet, le pourcentage de 160% est réparti équitablement entre les deux postes, à raison de 80% et 80%.

## **Communication interne**

### **a) Fonctionnement et stratégie**

Comme pour la communication externe, la nécessité de porter une attention particulière à la communication interne s'est imposée. En effet, elle vise avant tout à donner du sens à l'activité quotidienne en plaçant le collaborateur au centre des débats et en se préoccupant de ses besoins en matière de communication interne. D'une manière générale, la stratégie générale vise à structurer la mosaïque que constituent les services communaux en une image cohérente.

Ainsi, dans un contexte où la professionnalisation des prestations et des compétences est devenue une priorité, la communication interne se doit de dépasser son rôle de « messenger de l'information » pour devenir le « facilitateur » des relations internes, du partage des connaissances et de la créativité ; elle doit tendre à apporter la cohérence et la cohésion au sein de l'administration et contribuer à rendre les collaborateurs motivés et responsables en développant une culture d'entreprise forte.

Le Conseil communal a choisi de confier la responsabilité de la communication interne au Service des ressources humaines tout en assurant sa coordination avec les deux autres secteurs.

Dans ce domaine aussi le Conseil communal a adopté une stratégie le 28 janvier 2010, fixant des objectifs clairs ainsi qu'un catalogue d'actions à mener.

b) Mesures entreprises

- un programme d'accueil des nouveaux collaborateurs et nouvelles collaboratrices a été mis en œuvre, ainsi que des rencontres régulières entre le Conseil communal et le personnel de l'administration et la systématisation progressive de l'information interne;
- des actions de formation spécifiques ont été entreprises et seront intensifiées durant 2011 (formation à l'accueil et à la communication institutionnelle);
- le Conseil communal a également mis en œuvre une démarche participative au sein de l'Administration communale, de manière à accompagner le Programme de législature. Ce processus se déroule principalement autour de deux axes, un travail à l'interne des services portant sur les valeurs de notre Ville et un autre, transversal, visant à associer les personnes intéressées à quelques projets importants de la Ville;
- la 1<sup>e</sup> fête annuelle réunissant l'ensemble du personnel communal a vu le jour en novembre 2009. Vu le franc succès rencontré, le Conseil communal a décidé de renouveler cette action de communication interne en 2010;
- l'optimisation du site Intranet est prévue pour l'année 2011-2012

**Actions entreprises depuis 2008**

En sus du travail quotidien voici les principaux projets mis en œuvre par la Chancellerie en matière de communication:

***Gestion des campagnes liées aux référendums déchetterie, Charles-Naine, Musée d'histoire.***

Le visuel et le contenu des brochures d'information ont été repensés. Leur présentation est désormais plus soignée. Ces brochures sont complétées, pour chaque votation, par l'organisation de séances publiques, et par une présentation du projet à la presse. Il s'agit de s'assurer que le citoyen

dispose de tous les moyens d'information nécessaires à une prise de position éclairée.

La clarté du message des autorités est en cela essentielle. Elle est discutée dans le détail entre les membres du Conseil communal et la communication. La Ville n'interfère par contre pas dans la campagne elle-même, qui est animée par la société civile et les partis politiques.

### ***Actualisation du DVD "La Chaux-de-Fonds, espace temps, espace du temps"***

Le stock de DVD étant épuisé, et certaines informations étant devenues dépassées, leur actualisation s'imposait. Profitant de cette opportunité, des images aériennes de la ville ont été tournées, le texte a été quelque peu revu, de même que la bande sonore (voix et musique). Le nouveau DVD sera lancé encore cet automne avec une jaquette cartonnée pour des raisons esthétiques et écologiques.

### ***Nouvelle identité visuelle et son déploiement***

La création d'une nouvelle identité visuelle fait partie des projets annoncés dans le Programme de législature. C'est l'une des actions du plan de communication global visant à augmenter le rayonnement de La Chaux-de-Fonds au travers d'une identité forte et urbaine qui la démarque des autres villes : « La Chaux-de-Fonds Métropole horlogère ».

Avec le lancement le 18 mai 2010 du slogan « Une identité ça s'affiche », le Conseil communal a affirmé sa volonté d'arborer une seule et même identité, à la fois cohérente, engagée, identifiable et visible par tous. Cette harmonisation des codes graphiques va de pair avec la volonté d'établir une véritable stratégie de communication pour la Ville.

Avant les vacances d'été, deux interpellations ont été déposées devant le Conseil général à ce sujet. Elles ont été traitées lors de la séance du 2 septembre 2010.

Le 29 septembre 2010, une délégation de la Ville a reçu des représentants du PLR, auteurs d'une interpellation formulant une liste de remarques à l'égard de la nouvelle ligne graphique. Le Conseil communal entend rédiger tout prochainement une réponse argumentée qui sera distribuée aux membres du Conseil général.

### ***Refonte du site internet***

La nécessité de refaire le site internet se fait crûment sentir depuis quelques temps. De nombreux acteurs économiques, culturels, politiques se sont manifestés auprès de la ville pour qu'elle se dote d'un site plus actuel, plus facile d'utilisation et plus attractif.

Logiquement, ce projet ne pouvait pas démarrer avant que la Ville ait développé son nouveau visuel. Dans un souci de cohérence, le nouveau site reprendra les codes graphiques de la Ville. Pour cette raison, le projet n'a débuté sérieusement qu'au printemps 2010. Il est actuellement en cours de réalisation.

Il s'agit là aussi d'un projet immense, vu la profondeur d'un site de ville et l'importance de son contenu. Après une consultation générale par le biais d'un questionnaire, pratiquement tous les services de la Ville ont été approchés individuellement et se sont vu présenter le projet de maquette. Ce projet est mené main dans la main avec le SIC/SIEN chargé de la réalisation.

Ce nouveau site se fera davantage le relais de la vie en ville. Il mettra en évidence la présence d'une personnalité, l'activité originale d'un habitant ou la tenue d'une manifestation. Plusieurs actions seront aussi mises en ligne pour fidéliser dans une certaine mesure l'internaute et favoriser la création de collaborations.

### ***Amélioration des cérémonies du Conseil communal***

Annuellement, le Conseil communal a l'habitude de recevoir les nouveaux naturalisés, les nouveaux citoyens, les nouveaux habitants ainsi que les anciens conseillers communaux et chanceliers.

Le concept général de ces manifestations a été complètement revu afin d'améliorer l'accueil et la convivialité de ces moments. S'agissant des naturalisés, si le maintien d'un caractère officiel a été jugé souhaitable, la présence d'animations en particulier pour les enfants rend la soirée plus agréable. Pour les nouveaux habitants, des visites diverses ont été organisées pour les intéressés avant l'apéritif, là aussi animé par de la musique et des discours. La cuvée 2011 devrait être encore plus conviviale et moins formelle.

Pour les jeunes citoyens, l'organisation assurée conjointement avec le service de la jeunesse, à Bikini Test, donne satisfaction. Cette année, l'événement sera couvert par *Couleur 3*.

Depuis 2010, le Conseil communal accueille aussi une fois par année tous les habitant-es ayant atteint l'âge de la retraite. La première édition, tenue à la demande et avec la collaboration des associations d'aide aux personnes âgées, a rencontré un grand succès et tous les retours enregistrés sont positifs. L'expérience sera renouvelée au printemps 2011.

### ***Organisation de l'événement suite au retour d'Olivia Nobs et Mellie Francon***

Cette organisation a été assurée par la Chancellerie et le Service des sports et n'aurait pas été possible sans le travail important du personnel des Travaux publics pour la préparation de la piste. Grâce aux efforts entrepris, cet événement a bénéficié de retombées de presse importantes, en particulier un direct sur *Couleurs locales* à 19h00 et la réalisation par L'Impartial d'une édition avec une couverture spéciale dédicaces. Outre l'événement public à proprement parler, en soi déjà fédérateur, l'exercice a permis aussi d'afficher à l'extérieur, le caractère urbain assumé de La Chaux-de-Fonds. La Métropole horlogère a fêté ses championnes *en ville*, au cœur de la cité en damier et du périmètre inscrit à l'UNESCO. Tous les contacts presse ont été pris en poursuivant cet objectif, avec succès.

### ***Campagne de publicité Urbanisme horloger:***

La Chaux-de-Fonds s'est engagée aux côtés du Locle et à hauteur de CHF 200'000.- dans une grande campagne de promotion de l'urbanisme horloger, sous l'égide de Tourisme neuchâtelois. Les coordinateurs ont été mis à contribution tant en ce qui concerne la création d'un concept, la mise en place d'instruments de mesure, la recherche de fournisseurs et le suivi de leurs travaux. Cette campagne a consisté en la diffusion d'un spot à la télévision et sur les écrans géants des grandes gares nationales, le sponsoring de l'heure à la TSR1 (avant *Couleurs locales*), des annonces dans la presse magazine ainsi que de l'affichage dans tous les *intercity*. Un concours a été organisé en partenariat avec l'Illustré et la Schweizer Illustrierte. Parallèlement, une campagne RP a aussi été menée.

Un bilan détaillé sera établi en commun avec les partenaires de la Ville d'ici la fin de l'année

### ***Présence de la Ville de La Chaux-de-Fonds lors de l'apéritif du Canton à Baselworld:***

La Ville a suggéré au Département de l'économie du canton de Neuchâtel de lui laisser une place lors de cet événement. Cette présence s'est concrétisée par la tenue d'un stand avec distribution de documentation sur la ville, sur les journées du patrimoine horloger et l'urbanisme horloger ainsi que par un discours du responsable du Dicastère de l'économie.

### ***Présence de la Ville au Forum des 100***

La Ville de La Chaux-de-Fonds a utilisé la dernière édition du Forum des 100 pour activer de nombreux réseaux et son influence en Suisse romande. La délégation était composée du président de la Ville et du coordinateur communication externe et promotion. Plusieurs résultats intéressants sont ressortis de ces entretiens et rencontres. Un compte rendu a été dressé.

### ***Mise en place du projet « Témoignage »***

L'objectif de ce projet est d'obtenir le témoignage d'une personnalité culturelle, politique, économique, médiatique lors de sa venue à La Chaux-de-Fonds, au moyen de quelques lignes manuscrites évoquant ses impressions sur la ville. Une photo portrait est réalisée ensuite au cœur de l'Urbanisme horloger. Ces récits seront mis en valeur sur le nouveau site internet de la Ville. A ce jour huit personnalités se sont prêtées au jeu.

### ***Création de partenariats médias***

L'objectif du Conseil communal est de systématiser la création de partenariats avec des éditeurs pour relayer des événements et/ou des projets de la Ville.

A ce jour, les partenariats concrets suivants ont été conclus:

L'Impartial	Olivia Nobs et Mellie Francon
Terre & Nature	Étang des Eplatures
Worldtempus	JPH
L'Illustré	Urbanisme horloger
Schweizer Illustrierte	Urbanisme horloger

### ***Soutien à diverses organisations-projets;***

En dehors de projets spécifiques de la communication, la Chancellerie apporte régulièrement son soutien aux différents projets organisés par d'autres services ou par des tiers, toujours dans l'objectif de leur apporter plus de visibilité. L'énumération qui suit se limite aux projets les plus significatifs.

a) La remise de la distinction romande d'architecture (DRA) au Musée des Beaux-arts:

Un soutien a été apporté à la manifestation afin de lui donner une plus grande visibilité. Grâce aux efforts entrepris, la manifestation a obtenu une couverture médiatique qualitative avec un sujet au 19:30 de la TSR avec mention dans les titres, une interview dans Forum de la Radio Suisse Romande, des articles dans Le Temps ainsi que dans les quotidiens neuchâtelois.

Au final, à l'heure du bilan, cette opération peut être considérée comme positive.

b) Journée du Patrimoine – 100 ans du Crématoire

A l'occasion de la Journée du Patrimoine, les différents contacts pris ont permis de faire diffuser un sujet dans le 19:30 de la TSR. Il s'agit du seul sujet diffusé pour l'ensemble de la manifestation par la TSR. La chaîne romande va également réaliser une émission spéciale de "Faut Pas Croire" sur les 100 ans du Crématoire avec un reportage sur place et un entretien en plateau avec un(e) représentant(e) de la Ville (SUE).

c) 150<sup>ème</sup> anniversaire de la ligne CFF de l'Arc Jurassien et baptême d'une rame Domino.

Grâce à sa proactivité, la Ville a été présente dans cette manifestation, ne serait-ce que par la présence de son président qui a été le parrain de la 11<sup>e</sup> rame Domino du Canton et qui a pris la parole lors de la Conférence de presse. Pour compléter cet engagement, du matériel promotionnel a été distribué lors de la rencontre avec la presse ainsi qu'à l'occasion du concert de Stress.

d) Soutien à l'organisation des Journées du patrimoine horloger (JPH)

Une plus-value sensible a été apportée à l'organisation des JPH en trouvant un partenariat avec *Worldtempus*, principal site internet consacré à l'horlogerie mais aussi recherchant la participation active de la Fédération Horlogère Suisse et de son médiatique président. Grâce à beaucoup d'efforts, une couverture importante par la quasi totalité des chaînes radios et TV de la RTS (fusion de la TSR et de la RSR) a pu être obtenue.

Pour la première fois aussi, le Conseil communal a organisé à l'issue de la manifestation un cocktail de clôture visant à remercier partenaires, sponsors et médias. A cette occasion, le bilan de la journée a été dressé.

e) Signalétique étang des Eplatures

Le projet de mise en place d'un concept de signalétique afin de mettre en valeur cet endroit ainsi que la faune qui s'y trouve est mené par le Service d'urbanisme. Des négociations ont été menées avec le journal *Terre et nature* pour l'organisation de concours sur le lieu et sur les sites internet de la Ville, respectivement de l'hebdomadaire. Des visites pour les lecteurs et une manifestation destinée aux abonnés sont aussi envisagées dans le futur contrat.

f) Ville en Ville

La maison d'édition genevoise *La joie de lire* a approché la Ville pour lui faire part de son projet de sortir un ouvrage sur La Chaux-de-Fonds dans la série "ville en ville". Ainsi après Paris, Tel Aviv, Barcelone et Genève, elle prévoit d'éditer La Chaux-de-Fonds en 2011. Cette série consiste à présenter une ville avec le regard d'écoliers. La communication est également investie dans ce projet, piloté par les écoles. Un blog a été mis en place dans les écoles et relaiera le projet et proposera à la population également de faire des photos de leur environnement. Ces photos seront reprises sur les panneaux de la rue de la Traversière. Une campagne de promotion du livre avec l'éditeur en Suisse via les librairies et grands distributeurs sera mise en place.

g) Fête de l'UNI

La Ville a présenté un soutien en apparaissant dans le programme. L'idée est d'attirer toujours plus d'étudiants en recherche de logement à venir s'installer à La Chaux-de-Fonds.

h) Organisation du colloque Ville-santé OMS de 2011

La Chaux-de-Fonds va présenter sa candidature pour organiser le prochain colloque de l'organisation internationale à Montpellier le 26 novembre prochain. Un stand d'information sera tenu sur place et les deux représentants de la ville s'exprimeront dans la conférence de presse. Ce congrès attirera des spécialistes du monde entier pendant deux jours dans notre ville en novembre 2011. Si ce projet est mené par un groupe de travail interservices, un soutien est apporté pour le relais de cette organisation dans les médias.

***Conclusion***

Plus généralement, si la Ville apporte régulièrement son soutien, par des prestations ou un financement, à des organisateurs de manifestations situées à La Chaux-de-Fonds, elle le fait aussi dans un souci de visibilité de la ville et dans le but de renforcer son image.

**Bilan de la politique de communication**

***Fonctionnement de la chancellerie***

Le choix du Conseil communal de communiquer la "Ville" plutôt que les services ou les dicastères n'est pas encore complètement entré dans les mœurs. Cette approche implique un nouveau fonctionnement, transversal, parfois vécu comme contraignant par certains services habitués jusque là à communiquer de manière autonome.

Petit à petit, avec les résultats obtenus, les efforts de sensibilisation fournis, la prise de conscience de l'importance d'une coordination s'accroît au sein de l'administration communale.

S'agissant plus spécifiquement de la nouvelle organisation mise en place à la chancellerie depuis le mois de février 2010, le fonctionnement est globalement bon et donne satisfaction. Après quelques mois, les cahiers des charges des deux coordinateurs ont été précisés, de manière à couvrir

le champ de compétences le plus étendu possible. Le nombre d'actions menées en quelques mois est important.

Les coordinateurs ont passé beaucoup de temps ces premiers mois à rencontrer les différents services communaux, mais aussi certains acteurs importants de la ville, de tous les milieux, en particulier culturels et économiques. L'objectif est aussi de tisser des liens et des synergies entre tous, de valoriser aussi les efforts menés par les associations et les habitants qui portent véritablement cette ville et la font vivre.

### ***Impact sur l'image de la Ville***

Les différentes actions entreprises et citées plus haut entrent parfaitement dans la ligne de la stratégie du Conseil communal. Elles sont cohérentes.

Nous n'avons pas encore suffisamment de recul pour quantifier dans quelle mesure l'image de la ville projetée à l'intérieur ou à l'extérieur s'en trouve déjà renforcée.

S'affirmer comme un centre urbain dynamique ne signifie pas pour autant renoncer aux particularités qui font la richesse de La Chaux-de-Fonds. Comme tous les habitants de notre ville, le Conseil communal est attaché à la convivialité des contacts humains qui s'y tissent. Il est sensible aussi à la proximité d'un environnement naturel de qualité et apprécie que la vie soit ici bien plus agréable que dans les cités exigües et étouffantes. Ces différents aspects de La Chaux-de-Fonds ne sont pas incompatibles, bien au contraire, ils incarnent une complémentarité dont peu de villes peuvent se prévaloir.

Le Conseil communal constate que la prise de conscience de cette double richesse, être un centre urbain avec de l'espace et de la convivialité, n'est pas encore complètement acquise. Il entend en faire une priorité de sa communication.

Le Conseil communal n'a pas délaissé l'information destinée à la population. Au contraire, les efforts commencés dès 2001 ont été poursuivis et même renforcés. Le nombre de présentations publiques de projet n'a jamais été aussi élevé (campagnes référendums, cours gratuit donné par le Conseil communal à l'université populaire, présentation de réaménagements urbains etc.), et on ne compte pas moins de quatorze rencontres avec la population pour cette seule année 2010. De plus, les médias locaux relaient très régulièrement les communiqués de la Ville.

Le Conseil communal est également très attentif à assurer une présence sur le terrain chaque fois qu'elle est sollicitée par les associations, clubs sportifs, entreprises etc. Il a aussi apporté beaucoup de soin à rendre plus conviviaux les événements organisés pour les naturalisés, nouveaux habitants, jeunes citoyens et retraités.

Il est conscient que ces efforts doivent être poursuivis et que des pistes nouvelles doivent être explorées pour renforcer le dialogue avec la population chaux-de-fonnière.

A priori, l'image est plutôt meilleure à l'extérieur de la ville qu'elle ne l'était il y a quelques années. Par exemple, les mises au concours de l'administration communale ont depuis peu un succès croissant en Suisse romande, en particulier sur l'arc lémanique. Ces candidats, lorsqu'ils sont reçus en entretien, indiquent souvent que leur perception de La Chaux-de-Fonds a évolué ces dernières années, la ville sinistrée des années 70 devenant progressivement une ville dynamique, dans laquelle "quelque chose se passe".

Bien entendu, la communication de la Ville n'en est pas la seule responsable, beaucoup d'autres éléments entrent en ligne de compte comme l'organisation de grands événements sportifs sur le sol chaux-de-fonnier (par exemple WMOC 2010) mais également la reconnaissance par l'UNESCO de notre urbanisme horloger. Les efforts menés par des acteurs privés et publics de la ville ne sont pas en reste. A titre d'exemple, le fait que plusieurs marques d'horlogerie se réclament ouvertement de La Chaux-de-Fonds, dans leur identité et communication, est particulièrement significatif.

Toutefois, cette image reste encore insatisfaisante aux yeux du Conseil communal. Par exemple, les communications de la ville ne sont pas encore assez reprises dans la presse nationale. La crise horlogère a laissé des traces encore perceptibles, souvent La Chaux-de-Fonds est sollicitée spontanément pour des sujets de type social, telle que la situation du chômage ou de la précarité. Sans compter les réactions enregistrées dans le reste du canton de Neuchâtel lorsqu'il s'agit d'y faire venir des étudiants, des avocats, des juges ou des patients. Pour retenir l'attention et obtenir une reconnaissance, notre ville doit faire des efforts plus importants que les autres collectivités et doit affirmer, de manière originale et audacieuse, ses particularités. Pour cela, il faut cultiver un esprit entreprenant et créatif, sans pour autant tomber dans l'arrogance. Il s'agit d'un travail qui se construit sur la durée.

## **Pistes d'amélioration proposées**

Le Conseil communal entend continuer le travail commencé en utilisant tous les axes de la communication (information, communication interne et promotion). Sa stratégie sera affinée dans le nouveau plan de communication que le Conseil communal entend adopter d'ici la fin de l'année.

Les priorités d'action pour ces prochains mois sont les suivantes:

- Terminer la refonte complète du site internet;
- Mettre en place une systématique de mesure de l'impact des actions menées;
- Etablir un plan de communication de crise et d'urgence;
- Préparer la nouvelle campagne Urbanisme horloger en collaboration avec Le Locle et Tourisme neuchâtelois;
- Poursuivre l'information à la population au moyen d'une communication régulière sur les activités de la Ville et l'avancement de grands projets ;
- Poursuivre l'organisation de portes ouvertes des services communaux;
- Développer un réseau dans les médias nationaux;
- Poursuivre des actions de promotion en Franche-Comté.

A plus long terme, les actions envisagées sont les suivantes:

- Améliorer la gestion de l'information dans l'espace urbain;
- Mise en place d'actions participatives avec la population;
- Renforcer les relations publiques;
- Développer la visibilité de la ville au Tessin;
- Développer la communication d'influence.

## **Respect des lignes prioritaires fixées par le programme de législature**

Une des lignes directrices du programme de législature est justement la communication d'une image cohérente.

## **Subventions**

Pour chaque action spécifique qui s'y prête, des partenariats médias et sponsors sont systématiquement envisagés. Dans l'idéal chaque institution devrait aussi construire ce type de soutien, sur la durée.

## **Conséquences sur les finances**

La politique que souhaite mener le Conseil communal n'entraîne pas de dégradation des finances. Au contraire, une présence accrue dans les médias permet de réduire la part de communication payante. Par ailleurs, la communication joue un rôle important dans le développement. A terme, ces efforts auront des répercussions financières positives.

## **Conséquences sur les ressources humaines**

La décision de l'année passée d'augmenter l'effectif de la chancellerie de 60% a entraîné une augmentation des charges de fonctionnement.

## **Collaboration intercommunale**

Mis à part des collaborations ponctuelles, en particulier celle qui concerne la promotion de l'urbanisme horloger, il n'est pas prévu pour l'instant d'intensifier la collaboration avec d'autres collectivités publiques.

Dans certains dossiers, les villes du canton de Neuchâtel adoptent déjà très régulièrement des positions et communications communes.

## **Eléments relatifs au développement durable**

### a) aspects environnementaux

Chaque action est envisagée de manière à en réduire l'impact sur l'environnement. Ainsi les nouveaux sacs de la Ville seront en papier recyclé plutôt qu'en plastique. La nouvelle pochette du DVD sera aussi plus respectueuse de la nature.

### b) aspects sociaux

La communication d'une image revalorisée et dynamique de la Chaux-de-Fonds a aussi pour vocation d'agir sur le sentiment de fierté et d'identité. C'est un élément de lien social.

### c) aspects économiques

La politique de communication du Conseil communal a pour objectif aussi de susciter des investissements.

Au vu de ce qui précède, nous vous remercions, Monsieur le président, Mesdames les conseillères générales, Messieurs le conseillers généraux, de bien vouloir prendre acte de ce rapport d'information.

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL

Le président                      La chancelière

Laurent Kurth                      Muriel Barrelet