
Rapport d'information intermédiaire du Conseil communal au Conseil général relatif au crédit de promotion démographique et économique

Monsieur le Président,
Mesdames les Conseillères générales, Messieurs les Conseillers généraux,

1. Introduction

En votant la dissolution de la réserve liée au processus de fusion, votre autorité décidait en 2011 de réserver un montant d'un million de francs en faveur de la promotion démographique et économique de Val-de-Travers. Une année plus tard, le Conseil général confirmait ce choix en votant un crédit affecté à cet usage. Le présent rapport dresse un point de situation intermédiaire sur les actions engagées depuis lors à ce titre et sur celles restant en cours. Il est aussi l'occasion, pour le Conseil communal, de faire part de son intention de voir l'usage de ce crédit être intensifié au cours des mois à venir, de manière à mener plusieurs projets visant à renforcer à court terme l'attractivité de la commune. En effet, l'Exécutif est convaincu qu'à l'heure où notre collectivité fait face à des défis cumulés de recul démographique et de crise économique, il convient de redoubler nos efforts pour les relever. Changement de législature oblige, les actions formulées ici sont à considérer comme des propositions, dont il reviendra aux futures autorités de juger de la pertinence.

2. Objectifs du crédit

2.1 Généralités

Le rapport du Conseil communal à l'appui du crédit de promotion démographique et économique partait d'un simple constat : la fusion avait fixé des objectifs ambitieux, qui demandaient à être relevés par l'ensemble des forces vives de la région, en s'appuyant sur une image positive de celle-ci. Or, malgré l'impact favorable de la fusion des communes en 2009 (qui représentait alors l'exercice du genre le plus ambitieux au niveau fédéral), Val-de-Travers souffrait d'un déficit de notoriété auquel il fallait remédier. Il apparaissait alors nécessaire à l'Exécutif de se donner des moyens pour « définir le positionnement » de notre commune et « promouvoir son image, son identité, son attractivité démographique, économique et touristique ». Les premières pierres d'une « stratégie de marketing territorial » étaient ainsi posées.

2.2 Objectifs

Quatre champs d'action avaient été identifiés, nécessitant prioritairement le déploiement d'une stratégie de promotion : la croissance démographique, la consolidation industrielle, le développement des commerces et des services, enfin le rayonnement touristique. Le Conseil communal soulignait la nécessité de mener des démarches cohérentes et non pas purement sectorielles, en identifiant au préalable « les valeurs fondatrices de notre identité », autour desquelles articuler l'ensemble de la démarche. Il importait en outre que celle-ci soit menée dans un esprit partenarial et fédérateur, tout en veillant à sa bonne intégration dans les stratégies cantonale et fédérale.



2.3 Signature régionale

La première démarche du Conseil communal a été de réunir un comité de pilotage, conformément à l'arrêté voté par le Conseil général, afin d'identifier les valeurs fondatrices citées ci-dessus. Composé de représentants des milieux politiques, entrepreneuriaux et de la société civile, ce comité a conduit ses travaux avec l'accompagnement d'une agence spécialisée et sur la base d'études qualitative et quantitative menées auprès de la population. Il a abouti à la conclusion qu'une « signature régionale » permettait de valoriser nos atouts, en l'occurrence nos « Qualités naturelles », et de se déployer dans chacun des axes prédéfinis par l'Exécutif dans son rapport.

2.4 Déploiement du crédit

Fort de cette signature et, surtout, des réflexions collectives qui l'avaient nourrie, le Conseil communal a déployé l'usage du crédit au gré des projets et des opportunités. Il lui en effet très vite apparu que le rapport à l'appui du crédit en 2012 devait être considéré comme une aide à la réflexion, dont la concrétisation devait impérativement tenir compte des évolutions et des enjeux de chaque secteur. Ainsi, sur le plan industriel par exemple, l'enjeu était en 2012 d'attirer de nouvelles entreprises afin d'occuper les zones industrielles encore vacantes en nombre : les installations successives de Cartier et de Celgene à Couvet, ainsi que la nouvelle stratégie fédérale en matière d'aménagement du territoire, ont depuis lors changé la donne.

3. Utilisation du crédit

3.1 Actions réalisées

A ce jour, plus de la moitié du crédit a été dépensée ou engagée. Ce présent rapport présente, de manière synthétique, les actions qui ont été réalisées, en reprenant les objectifs initiaux de 2012.

Identité régionale et image régionale

Les travaux menés à ce titre ont essentiellement consisté en la définition de la signature régionale, tels que décrits au point 2.3.

Croissance démographique

Les réalisations dans ce cadre ont été diverses, entre la refonte du site internet communal (désormais davantage orienté dans un sens de service à la population, des améliorations restant encore prévues), le déploiement d'une politique de communication (avec le recours, depuis 2019, à une mandataire externe), l'édition d'un nouveau guide d'accueil des habitants ou encore le relais donné à la « Fête des voisins ». C'est également par ce biais qu'a été financée la démarche visant à doter Val-de-Travers d'une politique en faveur des aînés.

Consolidation industrielle

Pour les raisons expliquées ci-dessus, ce champ a été peu concerné par l'usage du crédit. A relever toutefois que la refonte du site internet a inclus un important volet « Entreprises », en le dotant d'un outil permettant de suivre plus efficacement les demandes de celles-ci en termes de recherches de locaux et de terrains.

Développement des commerces et des services

La mise en place d'une stratégie de soutien aux commerces de proximité a débuté par des ateliers participatifs menés avec les commerçants eux-mêmes, dont est née l'association Val'Action. Plusieurs réalisations en ont découlé, en matière de promotion (campagnes « J'achète ici ») et de valorisation du Val notamment. Un projet de création d'une plateforme digitale fédérant l'ensemble des commerces, prestataires de service et restaurants est en cours, avec le soutien du Canton. Des actions plus ponctuelles ont également été menées au travers de ce crédit, telle que l'amélioration des infrastructures pour le marché de Fleurier, un soutien complémentaire au Comptoir du Val-de-Travers pour sa première édition à Couvet ou la mise à disposition de lanternes en bois pour les commerçants pendant la période des fêtes.

Rayonnement touristique

En étroite collaboration avec les acteurs touristiques eux-mêmes, notamment par leur faïtière Destination Val-de-Travers, le crédit a soutenu plusieurs réalisations dans ce domaine. Citons l'installation, à Brot-Dessous, d'un « Photo-spot » pointant sur le Creux du Van, celle de la borne d'information touristique numérique de Tourisme neuchâtelois à Môtiers (programme abandonné depuis lors par TN) ou encore le lancement d'Absinthe en fête. Toutefois, la réalisation majeure relevant de ce domaine consiste dans le soutien au projet actuel de Destination Val-de-Travers, visant à consolider ses réseaux et à créer une plateforme digitale facilitant l'organisation des séjours dans la région ; la Commune appuie à hauteur de 200'000 francs ce projet, tout comme le Canton, la Confédération apportant quant à elle une aide de 400'000 francs au travers du programme Innotour.

3.2 Aspects financiers

Les montants dépensés ou engagés à ce jour sont les suivants:

Champ d'action	Montants
Identité régionale et image régionale	66'943.87
Croissance démographique	173'353.46
Consolidation industrielle	10'000.00
Développement des commerces et des services	126'161.65
Rayonnement touristique	149'289.55
Total	525'748.53

Le crédit présente ainsi un solde disponible de quelque 475'000 francs, dont il convient de déduire la deuxième tranche de la part communale au projet Innotour de Destination Val-de-Travers (100'000 francs). Le montant restant à disposition au travers de ce crédit se monte ainsi à 375'000 francs.

4. Intensification des efforts

4.1 Constats

Notre commune fait face aujourd'hui à des enjeux importants. Après avoir connu une légère croissance démographique pendant quelques années, Val-de-Travers voit sa population reculer depuis 2017, une tendance lourde propre à l'entier du canton, voire à une large part de l'Arc jurassien. Or, compte tenu de sa position géographique éloignée et de l'étendue de son territoire, Val-de-Travers a dû développer de nombreuses prestations et infrastructures à même de répondre aux besoins de base de la population et de rendre la commune attractive. La baisse démographique fait ainsi peser ces charges sur un nombre plus restreint de contribuables, cela dans un contexte fragilisé aujourd'hui par les conséquences de la pandémie de coronavirus.

Ainsi que nous le répétons à chaque exercice budgétaire depuis quelques années dans une vision largement partagée par votre autorité, nous sommes confrontés à la nécessité de ramener nos finances vers une situation équilibrée, cela tout en cherchant à rendre la commune toujours plus attractive. Le moment nous semble dès lors venu de donner un « coup d'accélérateur » à l'usage du crédit de promotion économique, en proposant aux autorités de la prochaine législature des pistes d'action, dans plusieurs volets. Les montants financiers sont indiqués à titre indicatif, nécessitant d'être affinés par la suite, tout comme leurs modalités d'utilisation.

4.2 Croissance démographique

4.2.1 Prime à l'installation

L'un des atouts de notre région réside dans le coût des terrains relativement bas, ainsi que dans celui des biens immobiliers proposés à la vente. Cet avantage financier demanderait à être encore davantage valorisé, en l'accentuant par une « prime à l'installation » pour toute personne acquérant un bien sur notre territoire, bâti ou non, afin de s'y établir. Cette prime pourrait prendre la forme de bons sous forme de Val, afin qu'elle profite aussi à l'économie résidentielle. Cette proposition est à considérer sous un angle purement promotionnel, à concrétiser par une campagne de communication ponctuelle (par exemple, « En 2021, accédez à la propriété à Val-de-Travers et

recevez une prime de 2'021 francs »). L'intensité de l'aide pourrait être adaptée selon le nombre de personnes composant le ménage.

Montant à engager : 150'000 francs.

4.2.2 Aînés

Notre commune est assurément prisée par les aînés, qui pour certains (re)viennent s'y installer pour y passer leur retraite. L'enquête menée dans le cadre de la mise en place d'une politique communale en faveur des aînés a confirmé cette attractivité, riche de nombreux potentiels pour notre commune. En effet, les aînés s'investissent dans la vie associative, ils contribuent au bon fonctionnement de l'économie (ils représentent, sur le plan fédéral, la plus grande des structures d'accueil extrascolaire) et ils consomment principalement localement. En complément à la politique en faveur des aînés, une campagne de communication visant à souligner le caractère *senior friendly* de la commune mériterait d'être lancée à l'échelon romand.

Montant à engager : 50'000 francs.

4.2.3 Jeunes

A l'image de nombreuses régions périphériques, la nôtre voit beaucoup de ses jeunes être attirés par « les lumières de la ville », pour des raisons diverses (emploi, vie sociale et culturelle...). Afin d'inciter les jeunes à continuer de demeurer dans notre commune, tout en leur facilitant les déplacements dans une optique durable, une prise en charge partielle des abonnements « Onde verte » pourrait être envisagée, à l'image de ce que propose déjà la Ville de Neuchâtel par exemple (laquelle prend la moitié du coût de l'abonnement, limité toutefois à deux zones). La création d'un Parlement des jeunes pourrait aussi s'inscrire dans cette démarche. Ces actions mériteraient d'être réfléchies dans une optique à long terme.

Montant à engager : 100'000 francs.

4.3 Consolidation industrielle

La crise que traversent de nombreuses entreprises industrielles pourrait s'avérer sans précédent. Les réponses qui lui sont et lui seront encore apportées relèvent principalement de la Confédération et du Canton. Un soutien communal n'est pas à exclure, dans une logique de complémentarité et selon des modalités qui restent à définir. A ce stade toutefois, le Conseil communal est d'avis qu'il convient de fixer des priorités et que les moyens actuellement à sa disposition (notamment humain, au travers d'un poste à 50% de chargée de mission à l'économie) sont suffisants.

4.4 Développement des commerces et des services

La dynamique en place gravitant autour de Val'Action, du CID et de Destination Val-de-Travers (qui ensemble sont en train de créer l'association J'achète ici pour développer la plate-forme du même nom en cours de création) est réjouissante. La future association, soutenue pour son premier projet par le Canton et les trois communes de la région, a pour ambition de consolider les mesures prises et de parvenir à les financer sans l'appui de la collectivité. Afin de l'accompagner dans cette direction et de maintenir la capacité à appuyer encore de nouveaux projets, il est proposé de maintenir une enveloppe affectée à ce volet.

Montant à engager : 50'000 francs.

4.5 Rayonnement touristique

En soutenant le projet « Le Val-de-Travers, une destination touristique organisée en réseau » porté par Destination Val-de-Travers, notre commune contribue directement au projet-phare du secteur touristique, qui portera ses effets dans la durée. Le Conseil communal n'estime pas nécessaire de réserver un montant supplémentaire au soutien déjà promis à cette action (solde de 100'000 francs à verser en 2021 et/ou 2022).

4.6 Synthèse

Les montants que propose d'engager à court terme le Conseil communal atteindraient 350'000 francs, laissant un solde de 25'000 francs pour d'autres actions ponctuelles.

5. Conclusions

En se dotant d'un crédit de promotion démographique et économique, notre commune avait fait œuvre d'audace et d'ambition. Huit ans après le vote de celui-ci, le bilan affiché est contrasté. Assombri encore par un contexte économique et social morose, les résultats en termes de croissance démographique et de stabilité financière ne sont pas bons. Le Conseil communal est toutefois convaincu qu'ils seraient plus mauvais encore sans avoir pu mener ou soutenir des actions qui ont permis, entre autres, de valoriser les atouts de la commune, de fédérer autour de projets un grand nombre de commerces qui continuent de jouer un rôle moteur en termes d'attractivité (toutes les régions périphériques ne disposent de loin plus d'une telle diversité) ou encore de consolider un secteur touristique particulièrement dynamique.

Nous espérons que les futures autorités partageront notre vision quant à la nécessité d'intensifier le recours à ce crédit et continueront de faire rayonner les nombreuses qualités naturelles de notre région.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, Mesdames les Conseillères générales, Messieurs les Conseillers généraux, à l'expression de nos sentiments distingués.

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL

LE PRÉSIDENT : LE CHANCELIER :

Yves Fatton

Christian Reber