

Demande de crédit destiné à la création de la charte graphique communale, d'une identité locale, d'une plaquette de promotion économique, de la définition d'une politique de communication destinées à du "marketing territorial" et la mise à jour du film « Sainte Quoi ? »

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

Objet du préavis

Le présent préavis a pour objet la demande d'un crédit destiné à divers mandats dans le but de réaliser la charte graphique communale, une identité locale sous la forme d'un slogan, une plaquette de promotion économique et la définition d'une politique de communication à long terme destinées à du « marketing territorial », de même que la mise à jour du film promotionnel de la Commune « Sainte Quoi ».

Ce préavis s'inscrit dans la volonté exprimée au travers du programme de législature au thème 4 – objectif 1 « poursuivre et développer la politique communale en matière de communication ». Il est à noter, que diverses tâches sont exceptionnellement en cours de réalisation tenant compte des délais, de la disponibilité des personnes intervenantes et de l'importance de l'amélioration des supports de communication pour le développement à court, moyen et à long terme de notre Commune. Toutefois, la Municipalité a souhaité soumettre l'ensemble de ces actions aux membres du Conseil communal afin d'établir un dialogue constructif et mesurer la pertinence, sous l'angle politique, des démarches en cours dans le domaine en question.

Définition d'une charte graphique

La charte graphique (ci-après : la charte) a pour mission de gérer la déclinaison - son utilisation - de l'identité visuelle d'une institution aux imprimés commerciaux et support de communication. Des règles d'utilisation sont définies pour permettre à tous une utilisation facile et cohérente sans risque de distorsions. La charte doit régir :

- Le choix du caractère pour toutes publications, spécifications diverses
- L'application selon le support utilisé
- Les signatures des documents par l'identité visuelle
- Le module graphique permettant d'intégrer des lettres d'infos, présentation power point, etc. dans une même cohérence

Définition d'une identité visuelle

L'identité visuelle (ci-après : l'identité) est un outil commercial sous forme graphique qui associe un « produit » Sainte-Croix à des images positives qui incitent les personnes physiques et morales à s'intéresser et s'installer dans notre localité, sa pertinence est directement liée à la qualité de son impact. Ce dernier reste évidemment un élément difficile à mesurer sans entreprendre de réelles analyses de marché par des professionnels. Toutefois, les retours directs ou indirects des publics ciblés par la politique permettent d'estimer la pertinence sans engager des coûts disproportionnés aux buts à atteindre.

Définition de la plaquette de promotion économique et action marketing

La plaquette de promotion économique (ci-après : la plaquette) est un des outils de base destiné à la mise en valeur de notre tissu économique. La plaquette permet de présenter sa région, ses atouts, ses opportunités et ses réseaux d'une manière visuelle et attractive. La conception pourrait être réalisée à l'interne au vu des logiciels graphiques à disposition. Toutefois, la collaboration avec des professionnels du domaine est indispensable tenant compte que ces supports de communication doivent répondre à des critères bien précis pour un maximum d'impact. D'autant plus que la plaquette s'est démocratisée dans tous les secteurs d'activités. Dès lors, il est obligatoire de sortir du « lot » afin de situer en haut de la pile sise sur le bureau du directeur d'une entité afin de le séduire, intéresser et faire passer le message.

Sur la base du document, une action marketing par l'envoi de la plaquette sera réalisée en sélectionnant des entreprises liées aux sous-traitants horlogers. Les chefs d'entreprises seront invités à participer à un évènement permettant le réseautage et la réflexion sur un thème porteur pour l'avenir des entreprises décrit par un orateur digne de référence.

Définition et démarche de la politique de communication destinée à du « marketing territorial »

La politique de communication (ci-après : la politique) d'une institution ou d'une entreprise est l'ensemble des éléments émis par cette dernière de manière volontaire en direction de publics choisis ou ciblés. La politique ne doit pas être confondue avec la communication au sens large qui consiste à émettre des informations, messages et signaux de toute nature que l'institution réalise de manière volontaire ou non, en direction de tous publics.

La démarche vise à jeter les bases d'une politique de communication à long terme pour la région. Il s'agit de réaliser de manière individuelle et collective des recherches, des études et des consultations, destinées à :

- dégager des thèmes généraux d'une communication sur mesure pour la région
- évaluer leur pertinence en regard des objectifs à long terme de la Commune et leur intérêt pour le public-cible
- ouvrir et susciter une discussion élargie au sein de la population pour dégager un consensus d'opinions sur les différents axes à retenir
- établir un plan d'actions à long terme.

Avant de pouvoir communiquer pour favoriser son développement économique, une collectivité doit répondre à des questions importantes : Quelle image désire-t-elle projeter face aux demandeurs ? Dans quels créneaux ou niches veut-elle se positionner ? Quels sont ses atouts ? Quels investissements est-elle disposée à consacrer ? Cet ensemble de réflexions

fait partie d'un tout communément appelé « marketing territorial » qui regroupe les techniques visant à communiquer sur l'attractivité d'une région.

Pour créer une image porteuse de valeurs et capable d'attirer des investissements industriels, des spécialistes, des commerces, des touristes, de nouveaux habitants, etc. il faut évaluer dans le passé et le présent de la région ce qui fait sa ou ses spécificités, avant d'envisager des prolongements dans le futur. Les conclusions de ces évaluations doivent être crédibles et collectivement partagées pour servir de support à la constitution d'une offre ou promesse « client » attractive.

Différents thèmes ont servi de support à la communication de Sainte-Croix dans le passé : « Capitale mondiale de la Boîte à Musique », « Patrie du son et de l'image », « Cité de l'énergie », « Balcon du Jura » ... Le prochain thème est à définir, tout au moins ses différentes composantes. Pour ce faire, un mandataire spécialiste en communication est chargé de réunir la documentation, d'en extraire la quintessence, d'évaluer les différentes approches possibles. Cette tâche sera réalisée en collaboration avec le groupe de travail constitué par la Municipalité afin de rédiger le document final incluant une recommandation pour l'approbation officielle du nouveau thème.

Mise à jour du film « Sainte-Quoi »

Le film promotionnel de la Commune a été réalisé entre 2001 et 2002 par M. Alain Margot et une seule mise à jour a été effectuée en 2004. Depuis, plusieurs évolutions sur le territoire communal ne sont pas mises en valeur tels que la construction du Technopôle, les infrastructures footballistiques, la Bibliothèque et Ludothèque, le Skatepark et le Collège de la Poste pour ne citer que les plus importantes. A l'inverse, par exemple, les activités ludiques du Centre CIEL doivent être supprimées. Ces adaptations s'inscrivent dans une volonté d'utiliser encore quelques années ce support promotionnel de qualité. En effet, il sera nécessaire, à moyen terme, de prévoir une nouvelle création. A ce sujet, un préavis vous sera soumis en temps utile.

Calendrier

Tâches	Délai
Définition d'une identité visuelle	<i>Terminé</i>
Définition d'une charte graphique	<i>Janvier 2013</i>
Définition de la plaquette de promotion	<i>1^{er} semestre 2013</i>
Organisation d'un évènement lié à un public cible	<i>1^{er} semestre 2013</i>
Définition et démarche de la politique de communication destinée à du « marketing territorial »	<i>1^{er} semestre 2013</i>
Mise à jour du Film « Sainte Quoi ? »	<i>2013</i>

Coûts des mandats et prestations

Mandats	Coûts TTC
Définition de la plaquette de promotion Impression et finition de la plaquette Organisation d'un évènement lié à un public cible	10'800.-- 13'500.-- 3'000.--
Définition d'une charte graphique	6'500.--
Définition d'une identité visuelle	5'400.--
Définition et démarche de la politique de communication destinée à du « marketing territorial »	10'800.--
Mise à jour du Film « Sainte Quoi ? »	5'000.--
Total	55'000.--

C O N C L U S I O N

Fondés sur ce qui précède, nous avons l'honneur de vous demander, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les Conseillers, de bien vouloir prendre la décision suivante.

LE CONSEIL COMMUNAL DE SAINTE-CROIX

Sur proposition de la Municipalité, entendu le rapport de sa Commission et considérant que cet objet a été régulièrement porté à l'ordre du jour,

d é c i d e :

- **d'autoriser** la Municipalité à mandater les prestataires liés à la création de la charte graphique communale, d'une identité locale, d'une plaquette de promotion économique, de la définition d'une politique de communication destinées à du "marketing territorial" et la mise à jour du film « Sainte Quoi ? »
- **d'accorder** le crédit nécessaire de **Chf 55'000.--**; le compte No 9170.914 est ouvert au bilan à cet effet;
- **de financer** ce montant par un emprunt aux meilleures conditions du moment;
- **d'amortir** cet investissement par le compte 111.3311 sur une période de 3 ans, la première fois au budget 2014.

Au nom de la Municipalité :

Le Syndic :

Le Secrétaire :

F. THEVENAZ

M. STAFFONI

**Délégués municipaux : M. Franklin THEVENAZ, Syndic
M. José GONZALEZ, Municipal**