

REPONSE DU GOUVERNEMENT A LA QUESTION ECRITE DE MONSIEUR JACQUES-ANDRE AUBRY, DEPUTE (PDC), INTITULEE « PROMOTION ECONOMIQUE BASELWORLD – SIAMS – EPHJ - COMPTOIR » (N° 3014)

L'auteur de la question écrite évoque les différents stands communs et réceptions organisés par la Promotion économique cantonale lors de foires et salons professionnels à l'intention des exposants jurassiens. Ces événements sont fortement médiatisés et font rayonner le savoir-faire jurassien loin à la ronde. Le député évoque également le coût considérable d'un stand individuel pour certaines PME, notamment lors de Baselworld.

En préambule, le Gouvernement rappelle que la Promotion économique dispose d'un instrument pour soutenir la participation de PME jurassiennes à des foires ou salons professionnels à vocation internationale, soit le bonus-expo. Ce soutien consiste à octroyer une contribution financière de 50% des coûts de location et de la taxe d'inscription pour une première participation à titre individuel, mais au maximum 10'000 francs. S'agissant des stands communs mis sur pied par la Promotion économique cantonale ou Switzerland Global Entreprise (organisme mandaté par le SECO pour la promotion de la place économique suisse à l'étranger), la même contribution financière est accordée pour la première participation mais également pour les participations ultérieures.

Le Gouvernement répond aux questions posées de la manière suivante :

1) Quels sont les budgets annuels alloués à la Promotion économique pour la mise en œuvre de salons et expositions (horlogerie, microtechnique, médical, autres) ?

Les budgets 2018 alloués sont les suivants :

EXPOS, SALONS EVENEMENTS	BASELWORLD	EPHJ-EPMT-SMT	SIAMS	MICRONORA
Réception officielle	CHF 44'200.00	CHF 11'450.00	CHF 3'500.00	-
Stands communs				
- Bonus Expo	-	CHF 183'000.00	-	CHF 21'000.00
- Coût infrastructre à charge de l'Etat	-	CHF 39'000.00	-	CHF 10'000.00
TOTAL	CHF 44'200.00	CHF 233'450.00	CHF 3'500.00	CHF 31'000.00

Le coût important des deux stands communs organisés lors de l'EPHJ/EPMT/SMT à Genève s'explique par le nombre important (43) de PME jurassiennes présentes, alors qu'elles ne sont que six sur le stand commun Micronora à Besançon (F).

2) Quels critères de sélection ou d'engagement sont appliqués pour définir les entreprises présentes durant ces salons et expositions ?

Les organisateurs de foires et de salons disposent de leurs propres critères pour sélectionner les entreprises exposantes. Pour Baselworld, des signaux ont été envoyés aux exposants potentiels pour un nouveau concept et des prix plus attractifs pour ces prochaines années. Les tarifs et le positionnement du salon bâlois ont dissuadé ces dernières années les PME jurassiennes actives dans la sous-traitance à y prendre part, cela au profit du salon EPHJ/EPMT/SMT qui s'est considérablement renforcé dans le même temps.

S'agissant des stands communs organisés par la Promotion économique, cette dernière informe toutes les PME jurassiennes, via sa newsletter, de la possibilité de réserver un module

d'exposition. Dans la majorité des cas, les espaces mis à disposition sur les stands communs sont suffisants ; le cas échéant des espaces sont proposés sur d'autres stands communs, comme Micronarc (plate-forme de promotion des cantons romands) ou sur des espaces individuels en accord avec les organisateurs de salons.

3) Les critères permettant de définir et cibler les personnalités ou organisations invitées aux différents événements médiatiques (invités d'honneur, VIP, entreprises, personnalités politiques, etc.) ?

Les personnes suivantes sont invitées lors des réceptions officielles cantonales, soit : les exposants jurassiens, les représentants du Parlement (présidence et commission de l'économie), les représentants jurassiens aux Chambres fédérales, les représentants des organisations économiques, patronales et syndicales, les chefs de service de l'administration cantonale en lien avec l'économie, les journalistes accrédités RCJU.

Pour la réception officielle à Baselworld, sont ajoutés les députés au Parlement jurassien, les entreprises jurassiennes intégrées dans la base de données de la Promotion économique cantonale ainsi que certaines personnalités politiques et économiques de la région bâloise. Le coût de cette réception mentionné sous la réponse à la question 1) comprend notamment la location de la salle et des installations techniques ainsi que le cocktail-apéritif pour l'accueil d'environ 400 personnes.

4) Serait-il envisageable de créer dans le Canton du Jura, un salon de la Promotion économique et des savoir-faire jurassiens regroupant les différents tissus économiques ?

A priori non, étant donné que les salons professionnels sont spécialisés sur une branche d'activité économique et que la pérennité de certains salons est incertaine avec le développement des nouvelles technologies numériques. Notons par ailleurs une concurrence exacerbée entre les sites de foires et de congrès dans toute l'Europe. Il faut bien avoir conscience que les exposants jurassiens ciblent la clientèle potentielle extérieure sur ces salons. Les salons établis dans les métiers de la précision sur le plan suisse, à savoir le SIAMS et EPHJ/EPMT/SMT répondent à leurs attentes à ce niveau.

5) Une réflexion est-elle en cours afin d'envisager la création d'une chaîne de télévision à usage de la République et Canton du Jura (usages multiples : Promotion économique, Jura Tourisme, Parlement, Chambre d'agriculture, Office des sports, etc.) ?

Le Gouvernement n'envisage pas, pour l'instant, la création d'une chaîne de télévision comme décrite ci-dessus, notamment pour des raisons de coût qui serait considérable mais aussi d'efficacité. Une telle chaîne aurait sans doute en effet de la peine à toucher un quelconque public-cible. Au vu de la grande hétérogénéité que représenteraient ses contenus, il serait d'ailleurs difficile de compter sur une véritable audience. Le Gouvernement privilégie différents canaux pour la communication et la valorisation du canton, notamment le développement du concept de marketing territorial reposant sur la création de la marque «Jura l'original». Cette stratégie vise à promouvoir le territoire cantonal à l'extérieur en mettant en valeur ses spécificités et ses atouts. Par ailleurs, son dispositif de communication institutionnelle s'appuie sur plusieurs supports, comme le site institutionnel du canton (jura.ch), les réseaux sociaux, etc. La Promotion économique dispose de ses propres outils de valorisation qui ont été récemment adaptés à la marque « Jura l'original » (eco.jura.ch). Il en est de même pour Jura Tourisme, la Chambre d'agriculture, etc. Le canton du Jura veille à la cohérence et à une bonne collaboration entre ces acteurs, qui, faut-il le rappeler, s'adressent à des publics-cibles différents.

Delémont, le 12 juin 2018

Certifié conforme
La chancelière



Gladys Winkler Docourt