

MESSAGE DU GOUVERNEMENT AU PARLEMENT RELATIF A L'OCTROI D'UN CREDIT D'ENGAGEMENT POUR LE FINANCEMENT DE LA CONVENTION INTERCANTONALE 2020-2023 ENTRE LES CANTONS DE BERNE, DE NEUCHÂTEL ET DU JURA ET L'ASSOCIATION JURA & TROIS-LACS

du 12 mai 2020

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Député-e-s,

Le Gouvernement a l'honneur de vous soumettre le présent message relatif à l'octroi d'un crédit d'engagement au Service de l'économie et de l'emploi pour le financement de la convention intercantonale entre les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura et l'Association Jura & Trois-Lacs (J3L) dans le domaine de la promotion touristique et du marketing pour la période 2020-2023.

Cette convention a pour but de régler la poursuite de la participation du Canton du Jura à la destination touristique Jura & Trois-Lacs. Elle remplace la convention qui prévalait depuis 2016 et qui a pris fin le 31 décembre 2019.

Nous vous invitons à octroyer un crédit d'engagement de 1'140'828 francs au Service de l'économie et de l'emploi pour financer les actions découlant de la convention intercantonale en faveur de J3L pour les années 2020 à 2023.

I. Contexte et historique de la convention

Pour rappel, J3L est une association, selon les articles 60 ss du Code civil suisse, dont le but est de promouvoir, principalement par des activités de marketing (promotion et publicité), le Massif du Jura et le Pays des Trois-Lacs, soit un espace géographique couvrant la Région n°8 de Suisse Tourisme (incluant les cantons de Neuchâtel et du Jura, le Jura bernois et la région de Bienne-Seeland), ainsi que le district du Jura-Nord vaudois, le sud du lac de Neuchâtel et le lac de Morat. Il est à préciser que Region Solothurn Tourismus (RSOT), quant à elle, a informé l'association le 1^{er} mars 2019 qu'elle ne reconduirait pas le contrat la liant à la destination et qu'elle la quittait au 31 décembre 2019. RSOT souhaite rejoindre la région officielle n°14 (Argovie) créée en 2015.

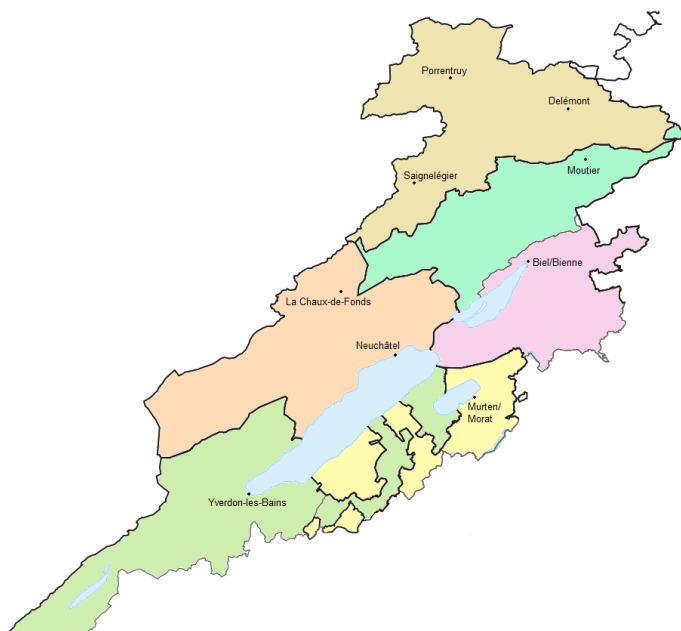


Figure 1 : Territoire couvert par la destination Jura & Trois-Lacs (Etat au 01.01.2020)

Avec la création de la destination J3L, les partenaires au projet ont eu pour objectif d'exploiter la diversité et la complémentarité du Massif du Jura et du Pays des Trois-Lacs, afin d'augmenter la valeur ajoutée du tourisme sur le territoire couvert par la destination, tout en mettant le client au centre des priorités.

Les principales phases qui ont marqué J3L depuis sa création sont brièvement résumées ci-après :

- Période 2012 – 2015 : création de Jura & Trois-Lacs

Si la marque « Jura & Trois-Lacs » est créée en 2011, 2012 peut toutefois être considérée comme l'année du lancement opérationnel de la structure marketing.

Un Masterplan a été élaboré afin d'exploiter de manière optimale les potentiels touristiques de la destination Jura & Trois-Lacs. L'ambition de ce document stratégique est ainsi de permettre à chaque prestataire et partenaire de partager une vision, de se fixer des objectifs communs et de suivre une même stratégie. Il doit donner des repères pour progresser et ainsi construire une culture commune afin de développer une économie touristique forte.

Le Masterplan a été approuvé par les membres de l'association lors de l'Assemblée générale du 15 mai 2014.

- Période 2016 – 2019 : consolidation et mise en œuvre du Masterplan

Durant cette période, les régions de la destination ont énormément œuvré pour développer des produits pertinents et attractifs. La communication, activité phare de l'organisation, a été renforcée afin de faire rayonner la destination sur le plan national mais également au niveau international.

Pour la période 2016-2019, le soutien du Canton du Jura s'est concrétisé par la signature d'une convention intercantonale, conclue en 2016 entre les cantons et J3L. Cette convention portait sur un engagement financier annuel de 483'308 francs.

- Période 2020 – 2023 : « Le produit au centre de la communication »

Jusqu'à présent, il a été question de faire connaître la destination. La communication de Jura & Trois-Lacs était très concentrée sur une vision macro, avec une part de travail de notoriété et une part de travail des domaines d'activités stratégiques (DAS) dans leur globalité. La mise en avant de produits en particulier nécessite désormais de mener une réflexion de communication micro pour chaque produit à valoriser et de réfléchir à la mise en place de « call to action »¹ afin de générer des ventes.

¹ Terme marketing s'appliquant à la communication digitale pour désigner un texte simple visant à motiver et à inciter un visiteur à entreprendre plus ou moins immédiatement l'action de cliquer un message publicitaire pour s'inscrire, s'abonner, commander, gagner ou obtenir des informations supplémentaires.

II. Bilan de la période 2016-2019

a) Activités marketing

Les activités de l'association ont consisté en particulier à :

- élaborer la stratégie marketing commune pour les cantons-cœur de J3L ;
- mettre en place le plan d'action marketing annuel ;
- coordonner le travail avec les cantons de la région n°8, les membres marketing² et l'ensemble des agences et des partenaires (Suisse Tourisme, SuisseMobile, Eurotreck, Tomas, Loisirs.ch, etc.) ;
- développer les partenariats ;
- mettre en place et assurer le suivi de la communication des lignes de produits ;
- gérer et coordonner les projets digitaux ;
- représenter J3L lors d'événements importants ou de certaines réunions ;
- gérer ou mandater les activités de l'observatoire du tourisme.

Le bureau Jura & Trois-Lacs marketing a mis à profit la période 2016-2019 pour se focaliser sur ses forces. En laissant de côté les activités de gestion de produits et de suivi du secteur MICE (« Meetings, Incentives, Congresses, Events »), Jura & Trois-Lacs marketing s'est concentré à professionnaliser son activité et a ainsi affiné son cœur de métier. Le constat est très positif, les résultats visibles.

Parmi les principales réussites, il est possible de citer :

- Accueil presse : Jura & Trois-Lacs marketing a établi des relations privilégiées avec la presse régionale, nationale et internationale, afin de développer l'image de la destination et mettre en valeur ses atouts et ses acteurs touristiques auprès d'un public aussi large que possible. Ce travail de relation médias permet désormais d'organiser et d'accueillir chaque année une cinquantaine de voyages de presse.
- Mise en valeur des villes : Jura & Trois-Lacs a relevé le défi de créer une vidéo rassemblant les villes de la destination. Le film « Jura & Trois-Lacs en quelques mots », diffusé grâce à une vaste campagne digitale, a été visionné plusieurs dizaines de milliers de fois. Ces efforts ont même été récompensés par une nomination aux « Trophées de la vidéo touristique et culturelle de Cannes 2017 », dans la catégorie « Meilleure vidéo de destination touristique ».
- Partenariat avec les CFF : La collaboration développée avec le service marketing des CFF a permis de mettre en place une campagne d'envergure nationale au service des intérêts de J3L. A noter que J3L est jusqu'ici la seule région de Suisse à avoir pu bénéficier de ce partenariat.
- Renforcement des synergies : Dès 2017, l'équipe de J3L s'est attelée au renforcement des synergies avec des partenaires dont les intérêts convergent avec ceux de J3L. Parmi eux, il est possible de mentionner la Fédération Rurale Interjurassienne (FRIJ), qui a débouché sur la réalisation du magazine « Terroir à Savourer », le réseau des Parcs Suisses ou encore la section Neuchâtel-Jura de l'Association Romande des Hôteliers (ARH).
- Projet J3L 4.0 : Le projet « Outils informatiques d'innovation touristique J3L 4.0 » doit permettre à J3L de se positionner comme une destination compétitive et innovante. Son

² L'Union fribourgeoise du tourisme, l'Association Région du Lac et l'Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac/Payerne pour le canton de Fribourg et l'Office du tourisme du Canton de Vaud (OTV) et les offices du tourisme de Région Yverdon-les-Bains, d'Avenches, de la Vallée de Joux, ainsi que la Ville d'Yverdon-les-Bains pour le canton de Vaud.

objectif est d'augmenter les performances marketing grâce à la mise en place d'outils informatiques permettant une meilleure connaissance de la clientèle, ceci afin de lui adresser des messages ciblés et d'entretenir avec elle un lien privilégié à long terme.

- Réalisation d'un « Brand Book »³ : La réalisation d'un brand book en 2018 a permis à Jura & Trois-Lacs marketing, ainsi qu'aux offices du tourisme partenaires, de réfléchir à l'articulation de la marque et de sa publicité. Ces réflexions constituent une base solide et commune sur laquelle il est possible de s'appuyer pour mettre en application la stratégie de vente de produits qui doit être mise en place de manière effective durant la période 2020-2023.

b) Ressources humaines

La Conférence des Directions a manifesté sa volonté d'allouer au maximum les ressources financières à la communication marketing dès 2020. Ainsi, le mandat a été donné à la direction de l'association de proposer une compression des frais de structures allant dans ce sens. Les efforts consentis permettront une économie de 10% des frais de structures, représentant 73'000 francs par an, à partir de 2020.

c) Evolution des nuitées

Entre 2010 et 2018, le nombre de nuitées hôtelières a augmenté de manière réjouissante dans la destination J3L et ce malgré les aléas météorologiques et la situation conjoncturelle.

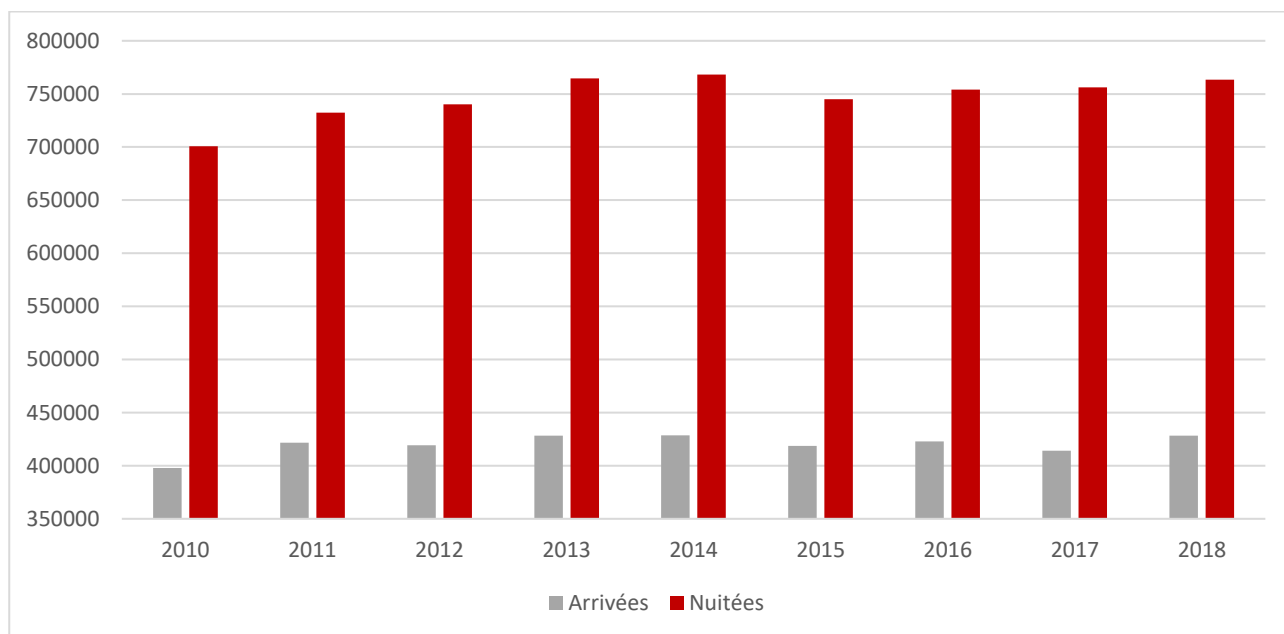


Figure 2 : Arrivées et nuitées dans la destination

³ Ce document s'inscrit dans la continuité de la stratégie marketing adoptée par l'Association J3L. Il apporte des informations détaillées sur ce qui doit orienter et inspirer les actions de communication à l'attention des différentes parties prenantes. Il a pour objectif de guider le rayonnement de la destination dans toutes ses composantes, à l'échelle cantonale, nationale et internationale.

L'analyse de l'évolution des nuitées entre 2010 et 2018 démontre que la région officielle n°8 (J3L) a enregistré une hausse de près de 9% des nuitées durant cette période, alors qu'au niveau national, l'augmentation n'était que de 7%.

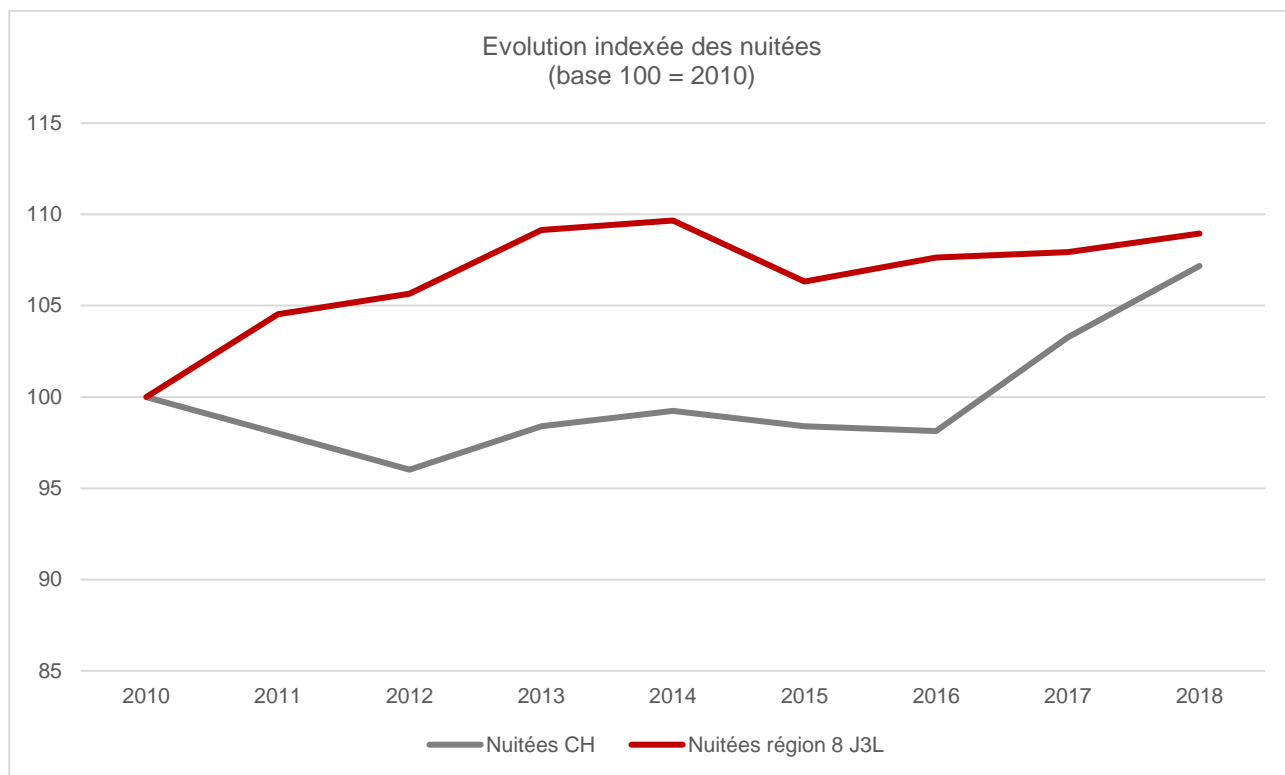


Figure 3 : Evolution indexée des nuitées entre 2010 et 2018

Il est important de préciser que l'offre d'hébergements parahôtelières ne figure pas dans ces statistiques. En parallèle, l'offre d'hébergement chez les particuliers, encouragée notamment par le phénomène AirBnB, a augmenté de manière significative ces dernières années. Les nuitées enregistrées par ces derniers ne figurent pas dans les statistiques de l'Office fédéral de la statistique (OFS). Toutefois, il est évident qu'un transfert de nuitées s'est opéré de l'hôtellerie traditionnelle vers ces nouveaux hébergements. Malheureusement, les données actuellement à disposition ne permettent pas de le mesurer au niveau de la destination J3L dans son ensemble.

III. Importance de l'ancrage du canton du Jura dans la destination Jura & Trois-Lacs

Ces tendances, si elles se confirment, permettent au canton du Jura de bénéficier des effets de levier que lui offre sa participation à la destination J3L. Ses atouts en sont ainsi optimisés car :

- le canton du Jura connaît une situation géographique qui en fait une porte d'entrée de choix pour le marché français, prospecté depuis 2012 par la destination ;
- situé entre le canton de Berne et celui de Neuchâtel, son emplacement central sur la chaîne du Jura en fait un passage obligé pour tous les voyages de presse organisés par la destination ;
- le terme « Jura » apparaissant dans la marque, le canton bénéficie de manière non négligeable de la publicité faite au nom de la destination ;
- la diversité du tissu touristique permet au canton du Jura de placer systématiquement ses avantages sur toutes les plateformes de promotion offertes par la destination ;
- le canton du Jura a des offres à faire valoir dans les cinq domaines d'activités stratégiques (DAS) définis par le Masterplan Jura & Trois-Lacs.

En outre, l'hébergement dans le canton du Jura a enregistré un nouveau record de nuitées en 2018. Si, par rapport à 2017, les statistiques montrent une baisse de 0.7% des nuitées dans l'hôtellerie, la parahôtellerie, elle, enregistre un bond de 13.8%. Désormais, Jura Tourisme table sur une tendance durable et vise le maintien de 1'000 nuitées par jour.

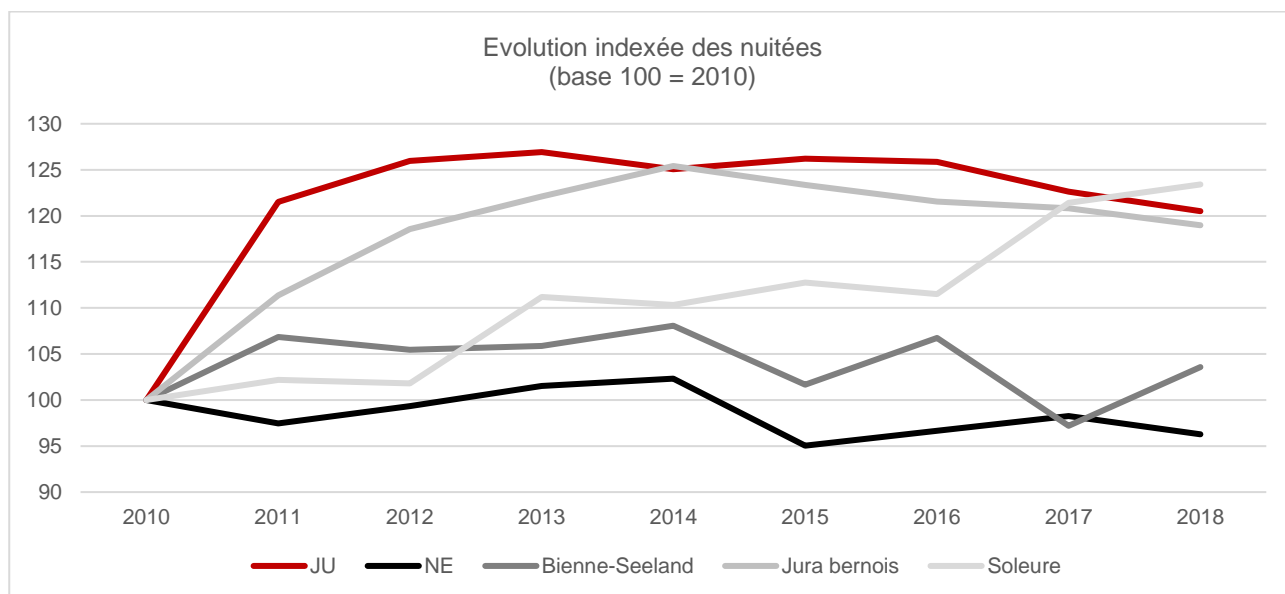


Figure 4 : Evolution indexée des nuitées par sous-région de la région officielle n°8 entre 2010 et 2018

Entre 2010 et 2018, le Jura a connu une forte hausse des nuitées hôtelières (cf. figure 4). Durant cette période, l'augmentation s'est élevée à 21.7% (+18'356 nuitées). Il est intéressant de relever que la forte croissance du nombre de nuitées hôtelières dans le Jura dès 2011 coïncide avec le début des activités de J3L.

Certes, cette tendance reflète également un effet de rattrapage des capacités hôtelières jurassiennes, avec l'inauguration de l'Hôtel Ibis à Delémont et l'accroissement du nombre de chambres dans le complexe du Centre de Loisirs à Saignelégier. Il n'en existe pas moins un parallèle avec les efforts engagés par J3L.

En outre, un nouvel établissement de 45 chambres, classifié quatre étoiles, devrait voir le jour en 2022 dans le complexe de La Poste à Delémont.

IV. Convention intercantonale 2020-2023

Forts des résultats des périodes 2012-2015 et 2016-2019, les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura – principaux partenaires de la destination – ont décidé de renouveler, dès 2020, leur collaboration dans une nouvelle convention intercantonale pluriannuelle pour la période 2020-2023.

Cette convention fixe les modalités de coopération entre les partenaires cantonaux, de définir le financement de la structure J3L. Elle détermine les prestations de cette dernière en matière de marketing et de promotion touristique, selon la nouvelle stratégie 2020-2023 de J3L.

Il est à préciser qu'afin d'éviter des flux financiers croisés et d'assurer une transparence plus complète, le Canton du Jura a exigé que les parts dédiées ne fassent plus partie de la convention intercantonale. En effet, ces montants, réservés pour initier des mesures purement jurassiennes, ne sont plus versés à la structure J3L. Il a été convenu qu'une partie de ces montants serait octroyée dorénavant à Jura Tourisme dans le cadre du contrat de prestations entre la République et Canton du Jura et cette dernière association.

a) Prestations de l'Association J3L

Sur la base de la convention, l'Association J3L est tenue de fournir les prestations suivantes :

- a) mettre en place un plan d'actions marketing annuel avec, d'une part, des mesures pour développer la notoriété et travailler l'image de la destination et, d'autre part, une communication portant sur des produits spécifiques dans le but de générer des ventes ;
- b) collecter régulièrement les données caractérisant l'activité touristique, de manière à assurer un suivi de l'évolution du secteur à l'échelle de la destination, ainsi que pour chaque région qui la compose ;
- c) informer régulièrement au moyen, notamment, des rapports annuels détaillant de manière qualitative et quantitative les prestations mentionnées ci-dessus.

Il est attendu que les actions de marketing de J3L contribuent à :

- a) augmenter la notoriété de la destination, autour d'une image combinant authenticité, nature et environnement préservé ;
- b) maintenir et fidéliser la clientèle suisse : en effet, le marché suisse apporte une clientèle privilégiée de par sa proximité ; J3L entend exploiter de manière plus intense certains segments de clientèle, en particulier celui des DINKS (« double income no kids » ou couples actifs sans enfant) et celui du tourisme d'affaires - MICE ;
- c) développer les marchés cibles à fort potentiel, notamment l'Allemagne et la France qui présentent le meilleur potentiel de croissance ;
- d) accroître les retombées économiques par l'augmentation du nombre de visiteurs et par l'allongement des séjours, mais aussi par la création de produits diversifiés et multi-saisons qui encouragent à la consommation d'un maximum d'offres touristiques ;
- e) travailler à la communication interne de la destination. L'objectif étant que la population vivant dans la destination intègre la marque et le rôle de Jura & Trois-Lacs.

Le contrôle des résultats en lien avec les points mentionnés ci-dessus se fait au moyen d'indicateurs qui figurent en annexe de la convention intercantonale 2020-2023.

b) Masterplan

Le Masterplan est un programme de développement qui a pour ambition d'inviter les acteurs touristiques à déployer leurs efforts sur une même ligne, ce qui devrait encore renforcer les opérations de marketing menées par J3L et accroître la visibilité de la destination.

Le Masterplan définit ainsi les principes de développement de la destination en fixant cinq domaines d'activités stratégiques (DAS) dans lesquels Jura & Trois-Lacs jouit d'un avantage concurrentiel ainsi que des atouts lui permettant de se démarquer. Il s'agit des domaines suivants :

- Nature (montagnes jurassiennes, eau et bien-être, cheval, agritourisme, parcs naturels régionaux) ;
- Culture (villes et sites historiques, terroir et gastronomie, événements culturels) ;
- Mobilité (mobilité douce, activités sportives, croisières, transports touristiques) ;
- MICE – Tourisme d'affaires ;
- Horlogerie (tradition, savoir-faire, excellence).

A l'échelle des régions et des offices du tourisme, les DAS orientent les actions et incitent les partenaires à créer et à développer des offres et des produits touristiques qui s'inscrivent dans une stratégie commune à l'ensemble de la destination.

Les DAS sont complétés par trois domaines transversaux – l'hébergement, la restauration et les transports publics – générateurs de l'activité touristique proprement dite, de retombées économiques et d'emplois.

c) Stratégie Jura & Trois-Lacs 2020-2023 – « Le produit au centre de la communication »

Après la période 2016-2019, durant laquelle il a été notamment question d'accroître la notoriété de la destination, le produit touristique doit être désormais mis au centre des travaux de communication. Si l'entièreté de la pyramide de la figure 5 doit être couverte, il apparaît nécessaire que J3L œuvre pour atteindre le niveau 3, trop peu couvert jusqu'ici.



Figure 5 : Figure schématisant le passage de la vision macro à la vision micro

Cette approche implique des dynamiques de travail simples, rapides et fluides et une coordination efficace avec les offices du tourisme. Le moyen privilégié pour y parvenir est la digitalisation. Elle doit en effet permettre aux touristes et aux visiteurs de s'informer, de réserver des prestations, de partager leurs ressentis et leurs avis. La digitalisation met également à disposition de Jura & Trois-Lacs un outil à même de récolter des informations. Ces dernières seront utiles pour cibler les offres et la communication qui leur est liée.

Ainsi, les principaux nouveaux objectifs de la destination pour la période 2020-2023 sont les suivants :

- Villes de la destination : Les villes sont des partenaires extrêmement importants pour la destination, au vu du nombre de nuitées qui y sont enregistrées et des prestataires qui y sont sis. Dès lors, Jura & Trois-Lacs souhaite renforcer les partenariats avec les villes de la destination.
- Territoire et interactions cantonales : Les financements et types de collaborations n'étant pas les mêmes pour tous les partenaires, il est nécessaire de revoir la place de chacun dans le processus décisionnel, ainsi que les clés de répartition permettant de définir les actions marketing auxquelles ont droit les différents partenaires. En outre, il semble nécessaire d'alléger et d'uniformiser la part administrative qui découle de ces collaborations multicantonales.
- Gouvernance : Bien que le système éprouvé depuis plusieurs années ait fonctionné jusqu'à présent, il est temps de l'optimiser. Ainsi, la Conférence des Directions est supprimée, et le Comité, véritable organe dirigeant de l'association, planifie, organise, décide, délègue et contrôle les activités de l'association. Le Comité, à présent, est composé du Président de Jura & Trois-Lacs, des directeurs et directrices des offices du tourisme et d'un représentant des hôteliers.

V. Financement

A partir de 2020, le financement découlant de la convention est basé sur une nouvelle clé de répartition prenant en compte la population, le nombre de nuitées et la superficie de chacun des trois partenaires, ainsi que le nombre de régions touristiques couvertes par chaque canton.

En outre, les parts dédiées, correspondant aux montants que les cantons peuvent utiliser librement pour la réalisation d'actions marketing spécifiques, par l'entremise de leurs offices de tourisme respectifs, ne font plus l'objet de la convention intercantonale.

C'est pour ces deux raisons que le financement cantonal annuel est passé de 483'308 francs à 285'207 francs.

CANTONS	2020	2021	2022	2023	Total
Jura	285'207	285'207	285'207	285'207	1'140'828
Neuchâtel	471'087	471'087	471'087	471'087	1'884'348
Berne	543'706	543'706	543'706	543'706	2'174'824
Total	1'300'000	1'300'000	1'300'000	1'300'000	5'200'000

Tableau 1 - Contributions générales (2020-2023)

Le versement des contributions cantonales annuelles fait l'objet d'un suivi rigoureux. Il n'intervient que sur la base d'indicateurs prédéfinis et de la validation des résultats par les cantons (cf. article 5 de la convention).

C'est pour cette raison que les versements à J3L sont échelonnés dans le temps comme suit :

- Au 31 janvier de chaque année : versement de 30% de la contribution financière ;
- Au 31 mars de chaque année : versement de 30% de la contribution financière ;
- Au 30 juin de chaque année : versement de 30% de la contribution financière ;
- Au 31 octobre de chaque année : versement de 10% de la contribution financière.

Enfin, en 2015, il a été convenu que l'Association J3L soit soumise à un contrôle restreint. Les instances politiques de J3L gardent la possibilité de procéder à un contrôle ordinaire, si les circonstances devaient le cas échéant l'exiger. Cette pratique est maintenue pour la période 2020-2023.

VI. Conséquences pour le canton du Jura

1) Conséquences financières

La nouvelle clef de répartition décidée pour le financement de J3L par les cantons entraîne une diminution de la contribution du canton du Jura envers J3L (36'501.- / an) et les parts dédiées transférées de J3L à Jura Tourisme baissent également (21'600.- / an). Ceci permet une économie substantielle de 58'101 francs par année,

Par ailleurs, la dépense est imputée au fonds du tourisme..

Le montant de 285'207 francs figure au budget 2020 de l'Etat, rubrique 305.3634.06.02 (fonds du tourisme).

2) Conséquences en matière de personnel

L'adhésion à la convention n'a aucune incidence sur l'effectif du personnel de l'administration cantonale.

3) Conséquences sur les communes

L'adhésion à la convention n'a aucune incidence sur les communes.

4) Compétence du Parlement

Au niveau des compétences financières, il appartient au Parlement d'octroyer un crédit d'engagement de 1'140'828 francs au Service de l'économie et de l'emploi pour la période 2020-2023 permettant le financement de la convention de coopération intercantonale entre les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura et l'Association Jura & Trois-Lacs.

Une fois les crédits accordés, le Gouvernement sera chargé de signer la convention intercantonale.

VII. Conclusion

Pour les raisons qui précèdent, le Gouvernement invite le Parlement à accepter l'arrêté octroyant un crédit d'engagement de 1'140'828 francs pour le financement de la convention de coopération intercantonale entre les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura et l'Association Jura & Trois-Lacs pour les années 2020-2023.

Veillez croire, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les Député-e-s, à l'expression de notre haute considération.

AU NOM DU GOUVERNEMENT DE LA
RÉPUBLIQUE ET CANTON DU JURA


Martial Courtet
Président




Gladys Winkler Docourt
Chancellerie d'État

Annexes :

- Projet d'arrêté du Parlement
- Tableau de financement global 2020-2023
- Convention intercantonale 2020-2023 entre les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura et l'Association Jura & Trois-Lacs et annexes y relatives

ra

Convention 2020-2023

(Ci-après « convention »)

Entre

La République et Canton de Neuchâtel

Ci-après « Canton de Neuchâtel »

La République et Canton du Jura

Ci-après « Canton du Jura »

Le Canton de Berne

Ci-après « Canton de Berne »

Et

L'Association Jura & Trois-Lacs (J3L)

Ci-après « J3L »

1. Préambule

1.1 Contexte

L'Association Jura & Trois-Lacs (J3L) est une association selon les articles 60 et ss. du code civil suisse créée le 13 mai 2011, dont la mission est de créer et développer, par des activités de marketing, principalement de communication, la destination touristique Jura & Trois-Lacs, qui regroupe le massif du Jura et le Pays des Trois-Lacs.

L'association se compose de membres collectifs qui trouvent intérêt au développement touristique de la destination Jura & Trois-Lacs soit : les villes du réseau des Villes de l'Arc jurassien, certaines villes et communes, les offices du tourisme et les associations régionales de la destination ainsi que les associations professionnelles couvrant l'ensemble du territoire de Jura & Trois-Lacs. Des personnes morales privées peuvent aussi être membres de cette association.

L'Association J3L est active sur les territoires suivants :

Cantons-noyaux (qui forment la région touristique officielle no 8 selon les instances nationales)

- Canton de Berne (Arrondissements administratifs de Biel/Bienne, du Jura bernois et du Seeland) ;
- Canton du Jura ;
- Canton de Neuchâtel.

Partenaires marketing

- Canton de Fribourg (Districts de La Broye et du Lac) ;
- Canton de Vaud (District du Jura-Nord Vaudois et une partie du district de La Broye-Vully).

Une déclaration de soutien à la destination Jura & Trois-Lacs a été signée en 2012 par les cantons de Berne, Fribourg, Jura, Neuchâtel et Vaud.

Des conventions entre l'Association J3L et les cantons-noyaux ont été signées respectivement pour les périodes 2012-2015 et 2016-2019.

Ce contrat, qui lie les cantons-noyaux et l'Association J3L, est identique pour tous les cantons concernés, à l'exception des conditions particulières du point 12.

1.2 Partenaires

L'organisation touristique n'étant pas identique dans tous les cantons couverts par la région Jura & Trois-Lacs, elle appelle la conclusion d'accords séparés.

Partenaires « cantons-noyaux », signataires de la présente convention

- Canton de Berne : Office de l'économie, Promotion économique de Canton de Berne ;
- Canton du Jura : Gouvernement ;
- Canton de Neuchâtel : Département de l'Économie et de l'Action sociale.

Partenaires avec des contrats de collaboration Marketing

- Canton de Fribourg : Union fribourgeoise du tourisme, Association région du Lac et Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac/Payerne ;
- Canton de Vaud : Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) et les offices de Tourisme de Région Yverdon-les-Bains, d'Avenches, de la Vallée de Joux, ainsi que la ville d'Yverdon-les-Bains.

Partenaires villes

- Ville de Bienne ;
- Ville de La Chaux-de-Fonds ;
- Ville de Delémont ;
- Ville de Neuchâtel.

1.3 Objet de la convention

Les signataires de la convention poursuivent des objectifs communs :

- Assurer une communication touristique commune et efficace de la destination Jura & Trois-Lacs, pour le territoire des cantons du Jura et de Neuchâtel et celui du canton de Berne situé dans la région 8 ;
- Confier l'exécution de cette mission pour une durée de quatre ans à l'Association J3L ;
- Régler les modalités de gestion et de contrôle de la bonne conduite des tâches confiées à l'Association J3L.

1.4 « Stratégie J3L 2020-2023 » – Le produit au centre de la communication

La « Stratégie J3L 2020-2023 » a été approuvée par le Comité de Jura & Trois-Lacs lors de sa séance du 29 novembre 2018 (annexe 1) et les parties signataires en ont pris connaissance. Ces documents servent de référence pour la conclusion de la présente convention.

2. Prestations contractuelles communes

2.1 Bases contractuelles

Les conditions pour la période 2020-2023 prévoient les contributions annuelles maximales suivantes :

CHF 1'300'000.00 en 2020

CHF 1'300'000.00 en 2021

CHF 1'300'000.00 en 2022

CHF 1'300'000.00 en 2023

Les montants ont été déterminés selon un mode de répartition qui tient compte du nombre de nuitées hôtelières, de la population résidante, de la surface du territoire et du nombre de régions touristiques.

2.2 Contributions générales

Les contributions générales correspondent aux montants à disposition de J3L pour la gestion administrative de l'association et la mise en place d'actions marketing au niveau de la destination dans son ensemble.

Le plan d'actions marketing J3L est au préalable approuvé par le Comité J3L.

J3L remet aux cantons signataires de la convention, au 31 janvier de chaque année, le plan d'actions marketing J3L qui doit s'inscrire dans la « Stratégie J3L 2020-2023 », en particulier dans les domaines d'activités stratégiques (DAS).

Le tableau ci-dessous précise la répartition des contributions cantonales annuelles. Un tableau prévisionnel de financement global J3L est annexé à la présente convention (annexe 2).

Canton	Contribution annuelle
Neuchâtel	CHF 471'087.00
Jura	CHF 285'207.00
Berne	* CHF 543'706.00
Total	CHF 1'300'000.00

* La modalité du versement est réglée sous le point 12, Canton de Berne.

2.3 Autres contributions cantonales pour le marketing

Les parts dédiées des contrats précédents ne font plus partie de la présente convention. Cependant, comme précédemment, les cantons sont invités à soutenir financièrement, soit directement, soit par J3L, les actions de marketing des offices du tourisme. Ces contributions sont réglées dans des contrats particuliers.

Les offices du tourisme s'assurent que leurs actions de marketing spécifiques s'inscrivent dans la stratégie de J3L. Les cantons veillent à ce que tel soit bien le cas.

2.4 Ajustement des contributions

Dans l'éventualité où un des cantons signataires vient à réduire, voire supprimer sa contribution, J3L informe immédiatement les autres cantons signataires et soumet une proposition de réduction des projets prévus en faveur de la partie défaillante ainsi qu'un budget

ajusté démontrant qu'une poursuite est réalisable, dans le respect du principe de la subsidiarité et des objectifs attendus des cantons au regard de leur participation.

La défaillance ou la réduction des contributions d'un partenaire, organisme ou autre contributeur non signataire de la présente convention ne doit pas affecter le niveau qualitatif ni quantitatif des actions et dépenses prises ou prévues en faveur des cantons signataires. Dans le cas contraire, J3L informe immédiatement les cantons signataires et soumet une proposition de réduction des projets prévus en faveur de la partie défaillante ainsi qu'un budget ajusté démontrant qu'une poursuite est réalisable, dans le respect du principe de la subsidiarité et des objectifs attendus des cantons au regard de leur participation.

3. Prestations de J3L

En contrepartie des contributions versées, J3L s'engage à fournir les prestations suivantes :

- Investissement en actions marketing annuelles convenues ;
- Collecte régulière de données caractérisant l'activité touristique, de manière à assurer un suivi de l'évolution du secteur à l'échelle de la destination, ainsi que pour chaque région qui la compose ;
- Informations régulières et rapports annuels détaillants de manière qualitative et quantitative les prestations ci-dessus.

Il est attendu que les actions de J3L conduisent à une augmentation des rentrées publicitaires et des contributions d'autres partenaires ainsi qu'à une mise en valeur des offres et des parts de nuitées en hausse dans la région 8, avec pour objectif de favoriser la création d'une identité commune de la destination et d'assurer la promotion.

Les objectifs et indicateurs à atteindre figurent à l'annexe 3, modèle d'efficacité. Ceux-ci peuvent faire l'objet d'un ajustement élaboré avec le Comité J3L et agréé par les parties signataires de la présente convention.

4. Durée

La convention est conclue pour une durée de quatre ans, soit du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2023.

A partir de l'année 2022, les parties négocieront une nouvelle convention.

5. Versements

Le versement des contributions intervient après remise aux services cantonaux respectifs des documents suivants et leur acceptation.

La répartition spécifique mentionnée ci-dessous permet à J3L d'avoir à sa disposition les liquidités nécessaires à l'achat d'espaces publicitaires pour ses campagnes principales, dont le déroulement est concentré au printemps et en été.

Au 31 janvier 2020-2023, versement de 30%

1. Budget de l'année en cours approuvé par l'organe compétent ;
2. Plan d'actions marketing J3L validé pour l'année en cours ;
3. Toute information significative inhérente à l'activité de J3L, y compris les modifications de statuts et la mise à jour de la liste des personnes constituant ses organes.

Au 31 mars 2020-2023, versement de 30%

1. Modèle d'efficacité complété avec les données de l'année précédente (cf. annexe 3) ;
2. Toute information significative inhérente à l'activité de J3L, y compris les modifications de statuts et la mise à jour de la liste des personnes constituant ses organes.

Au 30 juin 2020-2023, versement de 30%

1. Comptes de l'année précédente révisés et approuvés par l'organe compétent ;
2. Rapport d'activité de l'année précédente approuvé en Assemblée générale ;
3. Toute information significative inhérente à l'activité de J3L, y compris les modifications de statuts et la mise à jour de la liste des personnes constituant ses organes.

Au 31 octobre 2020-2023, versement de 10%

1. Modèle d'efficacité adapté avec les valeurs-cibles de l'année suivante (cf. annexe 3) ;
2. Stratégie marketing mise à jour pour l'année suivante ;
3. Plan d'actions marketing J3L de l'année suivante (à valider par l'Assemblée générale de J3L) ;
4. Toute information significative inhérente à l'activité de J3L, y compris les modifications de statuts et la mise à jour de la liste des personnes constituant ses organes.

6. Sous-traitants

J3L s'efforce de respecter une répartition équitable des mandats qu'elle accorde (biens et services), remis en priorité à des entreprises sises dans les cantons signataires. Toutefois, le choix définitif est toujours basé sur des critères objectifs tels que la faisabilité, la qualité et le prix. Un décompte annuel sommaire (en francs par an et par canton/hors canton) de la répartition des dépenses des biens et services est à disposition des cantons signataires.

J3L s'engage à respecter les dispositions légales relatives aux marchés publics.

7. Entreprise formatrice et intégration professionnelle

Dans la mesure du possible, J3L jouera un rôle actif comme entreprise formatrice en s'efforçant d'employer des personnes en formation (apprentis ou stagiaires), ainsi qu'en recourant à l'engagement de « personnes issues de l'intégration professionnelle ».

8. Devoir d'information

J3L est tenue d'informer immédiatement les cantons de tout acte ou circonstance susceptible de modifier ses ressources, buts et/ou objectifs.

9. Informations liées aux résultats de l'activité

Au terme de la convention, J3L s'engage à remettre aux cantons signataires :

Au 31 juillet 2023

1. Bilan intermédiaire de la période 2020-2023 et perspectives d'avenir.

Au 30 juin 2024

1. Comptes de l'année 2023 révisés et approuvés par l'organe compétent ;
2. Rapport d'activité de l'année 2023 approuvé en Assemblée générale ;
3. Bilan final de la période 2020-2023.

10. Révision

J3L fait réviser ses comptes conformément aux prescriptions du Code des obligations (art. 727 et suivants). L'association est soumise au contrôle restreint. Cependant, les instances politiques de J3L gardent la possibilité de décider, au besoin, de procéder à un contrôle ordinaire, si les circonstances devaient le cas échéant l'exiger.

En outre, sur demande des partenaires cantonaux, J3L met à disposition des services cantonaux concernés tout document ou renseignement utile à leurs travaux.

11. Règlement des litiges

Les parties s'engagent à tenter de résoudre à l'amiable tous les litiges qui résultent de la présente convention. Si elles ne parviennent pas à trouver une solution amiable dans un délai raisonnable, les litiges seront tranchés par un tribunal arbitral constitué de trois arbitres issus des cantons de Berne, Neuchâtel et du Jura.

La présente convention est établie en quatre exemplaires originaux, chaque partie en recevant un dûment signé et paraphé en bas de chaque page à droite.

12. Conditions particulières des Cantons

Canton de Neuchâtel

Bases légales

Loi sur l'appui au développement touristique (LTour) du 18 février 2014

Art. 6 : L'association "Jura & Trois-Lacs" est chargée de la promotion touristique du canton.

Règlement d'application (RELTour) du 17 décembre 2014

Art. 5 : Les tâches de promotion touristique du canton effectuées par l'association Jura & Trois-Lacs (J3L) sont définies dans une convention; celle-ci a pour objectif de favoriser la création d'une identité commune de la destination et d'assurer la promotion équitable des offres, produits et spécificités du canton de Neuchâtel.

Mécanismes budgétaires

Pour l'ensemble des prestations générales et dédiées confiées à J3L, le canton de Neuchâtel fournit une contre-prestation sous forme de la contribution financière annuelle précisée ci-dessus.

Cette contribution est subordonnée au budget voté par le Grand Conseil pour l'année en question. Dans l'hypothèse où le budget nécessaire au financement de la contre-prestation par le canton de Neuchâtel n'est que partiellement accordé ou refusé par le Grand Conseil, la présente convention peut être résiliée par l'une ou l'autre des parties.

Si l'hypothèse mentionnée au paragraphe précédent se réalise, le service compétent en informe J3L dans les 10 jours suivant le vote du budget.

Les parties disposent d'un délai de 90 jours dès la communication mentionnée au paragraphe qui précède pour modifier le contrat d'un commun accord.

Si les parties ne sont pas parvenues à modifier le contrat d'un commun accord dans le délai mentionné à l'alinéa qui précède, chacune d'entre elles peut se départir du contrat pour le 30 juin de l'année en cours, moyennant qu'elle le signifie avant le 30 avril à l'autre partie.

En aucun cas une compensation, sous forme notamment de pénalité ou de dommages-intérêts, ne pourra être exigée du canton de Neuchâtel.

Adresse officielle

Toute correspondance ou information utile sera adressée à

République et Canton de Neuchâtel
Service de l'économie
Avenue de la Gare 2
2000 Neuchâtel

Canton du Jura

Bases légales

Loi sur le tourisme du 31 mai 1990 (RSJU 935.211)

Art. 6, al. 1 et 2 : Jura Tourisme est une association de droit privé reconnue d'utilité publique dès que ses statuts ont été approuvés par le Gouvernement. Jura Tourisme est l'interlocuteur de l'Etat pour toutes les questions relatives au tourisme.

Art. 7, al. 3 : Après avoir consulté Jura Tourisme, l'Etat peut confier certaines tâches à d'autres organismes spécialisés, en particulier à ceux qui œuvrent à l'échelon intercantonal.

Mécanisme budgétaire

Cette contribution est subordonnée au budget voté par le Parlement pour l'année en question.

Dans l'hypothèse où le budget nécessaire au financement de la contre-prestation par le canton du Jura n'est que partiellement accordé ou refusé par le Parlement, la présente convention peut être résiliée par l'une ou l'autre des parties.

Si l'hypothèse mentionnée au paragraphe précédent se réalise, le service compétent en informe J3L dans les 10 jours suivant le vote du budget.

Les parties disposent d'un délai de 90 jours dès la communication mentionnée au paragraphe qui précède pour modifier le contrat d'un commun accord.

Si les parties ne sont pas parvenues à modifier le contrat d'un commun accord dans le délai mentionné à l'alinéa qui précède, chacune d'entre elles peut se départir du contrat pour le 30 juin de l'année en cours, moyennant qu'elle le signifie avant le 30 avril à l'autre partie.

En aucun cas une compensation, sous forme notamment de pénalité ou de dommages-intérêts, ne pourra être exigée du canton du Jura.

Lien avec le mandat de prestations du Canton du Jura avec Jura Tourisme

Les mandats de prestations du Canton du Jura avec J3L et Jura Tourisme, y compris les contributions financières qui en découlent, sont complémentaires, notamment en termes de répartition des missions, et poursuivent des objectifs communs.

Adresse officielle

Toute correspondance ou information utile sera adressée à

République et Canton du Jura
Service de l'économie et de l'emploi
Rue de la Jeunesse 1
2800 Delémont

Canton de Berne

Bases légales

Loi du tourisme du 20 juin 2005 (RSB 935.211), art 5 et 8

Ordonnance du tourisme du 19 octobre 2005 (RSB 935.211.1) art. 2 et 4

Arrêté du conseil exécutif No. 1123/2019 du 31 octobre 2019

Le montant de CHF 543'706.- est réparti de la manière suivante :

- Contribution cantonale : CHF 300'000.-
- Produit de la taxe d'hébergement : CHF 243'706.-

Adresse officielle

Toute correspondance ou information utile sera adressée à

Amt für Wirtschaft - Standortförderung Kanton Bern
Tourismus und Regionalentwicklung
Münsterplatz 3a
3011 Bern

13. Annexes

Annexe 1 : Stratégie J3L 2020-2023

Annexe 2 : Tableau de financement global

Annexe 3 : Modèle d'efficacité

Signatures des Parties

République et Canton de Neuchâtel

Neuchâtel, le

.....
Jean-Nathanaël Karakash, Conseiller d'Etat

République et Canton du Jura

Delémont, le

.....
Martial Courtet,
Président du Gouvernement

.....
Gladys Winkler Docourt, Chancelière

Canton de Berne

Berne, le

.....
Christoph Ammann, Président du Conseil exécutif,
directeur de l'économie, de l'énergie et de l'environnement

Association Jura & Trois-Lacs

Bienne, le

.....
Hans Stöckli, Président

.....
Jérôme Longaretti, Directeur

FINANCEMENT JURA & TROIS-LACS 2020-2023

PRODUITS (y compris part dédiée)		2016-2019	2020-2023
PRODUITS	Produits des villes	167 364	151 697
	Produits des cantons BEJUNE (hors parts dédiées)	1 359 272	1 300 000
	Parts dédiées **	715 400	238 800
	Produits Region Solothurn Tourismus	200 000	0
	Produits des partenaires marketing (FR/VD)	199 698	190 000
	Autres produits	87 000	35 000
	PRODUIT TOTAL	2 728 734	1 915 497
PRODUITS DÉTAILLÉS			
VILLES		2016-2019	2020-2023
	Bienne	72 450	65 031
	La Chaux-de-Fonds*	32 409	24 593
	Neuchâtel	45 650	45 029
	Delémont	16 855	17 044
	Total	167 364	151 697
BERNE		2016-2019	2020-2023
	Contribution générale	562 040	543 706
	Part dédiée **	315 000	0
	Total Berne	877 040	543 706
NEUCHÂTEL		2016-2019	2020-2023
	Contribution générale	475 524	471 087
	Part dédiée	238 800	238 800
	Total Neuchâtel	714 324	709 887
JURA		2016-2019	2020-2023
	Contribution générale	321 708	285 207
	Part dédiée **	161 600	0
	Total Jura	483 308	285 207
SOLEURE		2016-2019	2020-2023
	Contribution générale	200 000	0
	Ville de Soleure	PM	0
	Total Soleure	200 000	0
VAUD		2016-2019	2020-2023
	Contribution SPECo	30 000	0
	Contribution Office du tourisme vaudois (OTV) et destinations	30 000	50 000
	Ville d'Yverdon-les-Bains	39 698	40 000
	Total Vaud	99 698	90 000
FRIBOURG		2016-2019	2020-2023
	Contribution de l'Union fribourgeoise du tourisme (UFT)	50 000	50 000
	Contribution Association régionale du Lac (ARL)	25 000	25 000
	Contribution Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	25 000	25 000
	Total Fribourg	100 000	100 000
Autres produits		2016-2019	2020-2023
	Autres produits	87 000	35 000
	Total autres produits	87 000	35 000
	TOTAL	2 728 734	1 915 497

* Pour la période 2016-2019, la ville de la Chaux-de-Fonds n'adhérait pas à la clé. Si elle l'avait fait, le montant annuel se serait élevé à CHF 52'686.

** Dès 2020, les parts dédiées des cantons du Jura et de Berne sont réglées directement par un contrat entre le Canton et le(s) Office(s) du tourisme concerné(s).

ARRÊTÉ PORTANT OCTROI D'UN CRÉDIT D'ENGAGEMENT AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE ET DE L'EMPLOI POUR LE FINANCEMENT DE LA CONVENTION DE COOPÉRATION INTERCANTONALE ENTRE LES CANTONS DE BERNE, DE NEUCHÂTEL ET DU JURA ET L'ASSOCIATION JURA & TROIS-LACS POUR LES ANNÉES 2020 A 2023

Le Parlement de la République et Canton du Jura,

vu l'article 7, alinéa 3, de la loi du 31 mai 1990 sur le tourisme (1),

vu les articles 45, alinéa 3, et 49 à 51 de la loi du 18 octobre 2000 sur les finances cantonales (2),

arrête :

Article premier Un crédit d'engagement de 1'140'828 francs est accordé au Service de l'économie et de l'emploi.

Art. 2 Ce montant est imputable aux budgets 2020 à 2023 du Service de l'économie et de l'emploi, rubrique 305.3634.06.02.

Art. 3 Il est destiné au financement de la convention de coopération intercantonale entre les Cantons de Berne, de Neuchâtel et du Jura et l'association Jura & Trois-Lacs pour les années 2020 à 2023.

Art. 4 Le présent arrêté entre en vigueur immédiatement.

Le président :
Eric Dobler

Le secrétaire :
Jean-Baptiste Maître

(1) RSJU 935.211

(2) RSJU 611