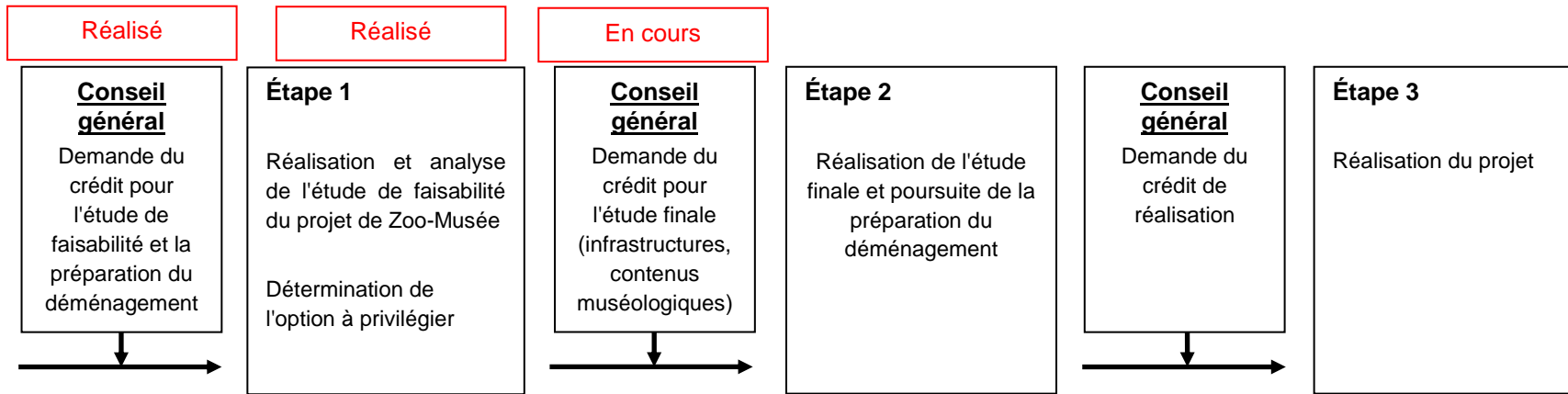


Annexe 4 : rappel du processus en 3 étapes



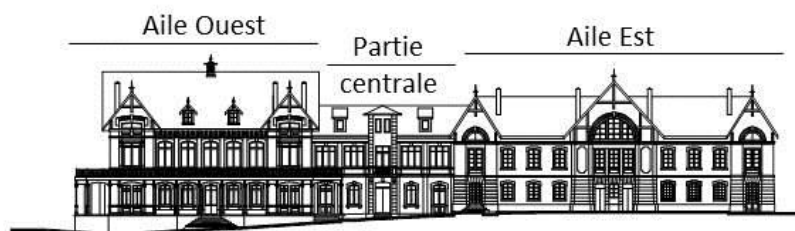
Actions	2013			2014			2015			2016		
Demande de crédit pour l'étude de faisabilité et la préparation du déménagement Réalisé		1	Δ									
1 ^{ère} étape, étude de faisabilité et préparation du déménagement* Réalisé												
Demande de crédit pour l'étude finale En cours					2	Δ						
2 ^{ème} étape, étude finale (y compris phase participative)												
Demande de crédit de réalisation								3	Δ			
Procédure administrative (délais référendaires)												
Ajustement, appels d'offres, adjudications												
3 ^{ème} étape, réalisation du projet et aménagement												
Fin du bail de La Poste (31 décembre 2016)												▲

Δ Séances du Conseil général : demandes de crédit 1) étude de faisabilité : 27 juin 2013, 2) étude finale : 3 juin et 3) réalisation du projet : juin 2015

▲ **Fin du bail de La Poste (31 décembre 2016)**

* La préparation du déménagement a commencé en juin 2013 et s'étalera jusqu'au déménagement proprement dit en 2016.

Annexe 5 : transformations du bâtiment de l'Ancien-Stand de 1889 à ce jour



1889: construction Ancien-Stand

- Magnifique bâtiment composé de 3 parties
- Ensemble bien équilibré

↓ 43 ans



1932: équilibre perturbé

- Aile Est en partie démolie (place de parc actuellement)
- Partie centrale: toiture transformée
- Partie Ouest : suppression des pignons de la toiture et ajout d'annexes latérales

↓ 20 ans



1952: nouvelle transformation

- Perte de l'aspect originel
- Partie Ouest : suppression du perron et du balcon de la façade Sud

↓ 62 ans...
?

2014: un bâtiment vétuste

- A l'abandon 125 ans après construction
- Un projet novateur pour valoriser cet espace

Annexe 6 : vision comparative synthétique des 3 variantes architecturales

	Variante 0	Variante 1	Variante 2
Bâtiment (CHF)	7 millions	17.1 millions	13.7 millions
<i>Muséographie</i>	<i>non comprise</i>	<i>non comprise</i>	<i>non comprise</i>
Bâtiment	- "Ancien-Stand" : transformation partielle et <u>très coûteuse pour le résultat obtenu</u>	- "Ancien-Stand" : transformation lourde et <u>coûteuse dans le temps</u>	+ Construction neuve, compacte, modulaire, économique et techniquement optimale
Architecture	- Expression désuète et peu compréhensible (résultante hybride)	- Idem Variante 0	+ Expression intégrée et respectueuse du contexte urbain et paysager
Impact visuel	- Manque d'impact visuel urbain et paysager	- Idem Variante 0	+ Impact visuel attractif (moderne, sobre et rationnel)
Type de bâtiment	- Rigidité contraignante des espaces et de la structure existante	- Idem Variante 0	+ Surfaces adaptées, neuves et modulaires (expositions etc.)
Flux	- Mauvaise gestion des flux (public, personnel)	- Idem Variante 0	+ Flux intérieurs optimaux
Surfaces	- Construction complémentaire indispensable mais non construite	- Construction complémentaire difficilement intégrée , promiscuité de volumes	+ Construction évolutive par étapes et par extensions (la 1 ^{ère} phase répond à l'essentiel des besoins)
Collections	- Manque important de locaux pour le dépôt et l'archivage, sous-sol trop humide	- Sous-sol trop humide	+ Surfaces de dépôts pratiques, saines et visitables
Vivarium	- Vivarium existant vétuste et non transformé	- Idem Variante 0	+ Vivarium neuf avec locaux techniques à proximité
Terrasse/Entrée	- Terrasse existante non fonctionnelle et non adaptée au lieu	- Entrée nécessitant la suppression de quelques arbres protégés	+ Entrée via le parc, protégée par un couvert et accès par une cafétéria fonctionnelle
Mise aux normes (Minergie, amiante, métaux lourds)	- Obligation de mettre aux normes le bâtiment dans son entièreté	- Idem Variante 0	+ Bâtiment neuf
Rapport qualité-prix	- Médiocre	- Mauvais	+ Excellent

Annexe 7 : stratégie de communication

Nom du projet	Stratégie de communication
Période du projet	2013 -2016
Bref descriptif du projet	<p>Afin de valoriser et de renforcer les structures actuelles du Musée d'histoire naturelle de La Chaux-de-Fonds (MHNC) et celles du Zoo du Bois du Petit-Château (Zoo BPC), les autorités de la Ville ont décidé de les rassembler sur le site du Bois du Petit-Château. Il s'agit du projet Zoo-Musée.</p> <p>Réunir sur un même site un zoo et un musée d'histoire naturelle est un projet unique en Suisse, voire en Europe. S'il est totalement novateur et attrayant pour les visiteurs de notre ville qui ne manqueront pas d'en découvrir tout l'intérêt, c'est aussi un projet pour la population chaux-de-fonnière, laquelle est très attachée au Bois du Petit-Château, lieu emblématique de la ville.</p> <p>Prometteur en termes de développement des activités pédagogiques et des synergies au sein des Institutions zoologiques (MHNC et Zoo BPC), ce projet est gage de plus forte fréquentation, de meilleure visibilité des atouts de la Ville de La Chaux-de-Fonds, d'un développement des offres culturelles et de loisirs ainsi que de potentielles retombées économiques accrues.</p> <p>En outre, le projet est aujourd'hui dans l'urgence. En effet, le bail liant le musée et La Poste arrive à échéance à fin 2016 et ne sera pas renouvelé. Le MHNC doit donc trouver de nouveaux locaux afin de continuer son activité dans de bonnes conditions.</p> <p>La meilleure manière pour faire aboutir un projet d'une telle ampleur est que la population et les milieux politiques se l'approprient. Pour réussir une telle gageure, un effort tout particulier doit être consenti dans la communication.</p> <p>Par la suite, des réflexions seront aussi menées sur les possibilités et la pertinence de définir une identité pour la nouvelle structure.</p> <p>La stratégie de communication présentée dans cette fiche concerne la période 2014 à 2016.</p> <p>Elle se décline en 4 axes principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informatif • Communicatif • Participatif • Lobbying <p>Dans un premier temps, du fait qu'il s'agit de promouvoir un projet et non pas un <i>produit</i>, les publics cibles sont composés, dans l'ordre de priorité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De l'équipe des Institutions zoologiques (Zoo BPC + MHNC) • Du Conseil communal (exécutif) • Du Conseil général (législatif) et de la Commission des Institutions zoologiques, • De la Société des amis du Musée d'histoire naturelle et des Amis du Bois du Petit-Château • De la population • Des médias • Des visiteurs non Chaux-de-Fonnières (canton et région, dans une idée de promotion) • Des autres institutions culturelles, muséales et zoologiques <p>Dans un deuxième temps, selon l'avancement du projet et le développement des offres, la communication s'orientera plus sur les visiteurs dans la perspective d'une phase promotionnelle de la nouvelle structure. Il est toutefois prévu que cette deuxième phase commence après l'inauguration de cette dernière.</p>
Organisation du projet	
Direction du projet	Arnaud Maeder, chef du service des Institutions zoologiques
Coordination interne	<ul style="list-style-type: none"> • Service de la communication • Le chargé des projets participatifs
Objectifs	
Objectifs général	Appliquer le concept de communication et ses actions
Objectifs spécifiques / Actions	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informer les autorités (Conseil communal, Conseil général, Parlement des jeunes et la Commission des Institutions zoologiques) tout au long du processus <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Information régulière du Chef du dicastère sur l'état d'avancement du projet par le chef du service des Institutions zoologiques

1.2	Transmission de l'information aux autres membres du Conseil communal par le chef du dicastère
1.3	Mise sur pied d'un Bureau (séances régulières) et d'un Comité de pilotage (CoPil) afin d'accompagner politiquement et techniquement le projet
1.4	Présentation du projet et discussion avec les membres de la CIZ et des commissions culturelle, des infrastructures, de l'urbanisme et financière
1.5	Invitation du Conseil général à une séance <i>in situ</i> pour évaluer l'état des installations du MHNC et du Zoo BPC et mener des discussions sur les rapports pour les demandes de crédits
1.6	A la demande des différents groupes des partis politiques du Conseil général, rencontre de présentation et de discussion précédant les demandes de crédits
2.	Informier et débattre du sujet avec la Société des amis du Musée d'histoire naturelle (SAMHNC) et celle des amis du Bois du Petit-Château (Amis BPC)
2.1	Information sur l'état d'avancement du projet aux présidents de la SAMHNC et des Amis du Bois du Petit-Château par le chef du service des Institutions zoologiques
2.2	Présentation du projet et son état d'avancement aux membres lors de l'assemblée générale
3.	Créer des cercles d'ambassadeurs du projet
3.1	Poursuite des ateliers de discussion et de développement du projet pour les collaborateurs des Institutions zoologiques (IZ), premiers ambassadeurs du projet Zoo-Musée
3.2	Mise en place d'un cercle de personnalités disposant de bons réseaux pour jouer le rôle d'ambassadeurs au côté de l'équipe du projet
4.	Informier la population sur l'état d'avancement du projet
4.1	Mise en place du relai de l'état d'avancement du projet via le site Internet de la Ville
4.2	Construction et développement des relations avec les médias (entretiens individuels, rencontres, conférences de presse, <i>mailings</i>) pour qu'ils puissent suivre toutes les étapes du processus
4.3	Information et communication au travers de conférences de presse en vue et suite aux votes du Conseil général pour les demandes de crédits
4.4	Conceptualisation et réalisation d'une exposition itinérante présentant le projet en différents lieux et périodes
4.5	Gestion de la présence sur les réseaux sociaux (notamment <i>Facebook</i>)
5.	Organiser des activités pour sensibiliser la population aux Institutions zoologiques
5.1	Communication à chaque point fort au sein du Zoo PBC (naissances, station de soins, programme de conservation, aménagements d'enclos, nouveaux pensionnaires, etc.) et du MHNC (travail sur les collections, état avancement de l'inventaire, du déménagement et du projet Zoo-Musée, etc.)
5.2	Mise en place d'un système de parrainage des animaux par la population, voire par des personnalités populaires pour certains animaux
5.3	Organisation d'activités ponctuelles, annuelles et conviviales (tel que le P'tit Noël du Bois du Petit-Château, la Nuit des musées, la Journée internationale des musées, etc.)
5.4	Organisation(s) de visite des coulisses du musée en soirée, après sa fermeture
6.	Mettre en place une démarche participative afin d'impliquer la population dans le développement du projet Zoo-Musée
6.1	Définition puis réalisation du processus participatif
6.2	Création d'un projet d'aménagement des espaces de travail et des activités avec les collaboratrices et collaborateurs des Institutions zoologiques
6.3	Identification au sein de la population et des visiteurs de personnes de référence qui puissent jouer le rôle de relai du projet
6.4	Mise en place d'évènements particuliers soulignant le déménagement et l'aménagement du musée. Coproduction de certaines démarches avec la population
6.5	Réflexions conjointes avec la population sur la vie du projet Zoo-Musée (gouvernance-fundraising)

7. Définir une identité pour la nouvelle structure
7.1. Concertation sur les possibilités et la pertinence de définir une identité pour la nouvelle structure
7.2. Selon les résultats de l'objectif 7.1, réalisation d'une identité auprès de professionnels, selon les procédures habituelles, pour accompagner l'inauguration du nouveau site

État d'avancement du projet

Plusieurs actions prévues dans le concept de communication ont déjà été réalisées. Il s'agit notamment :

- de l'information régulière donnée au Conseil communal
- d'un atelier avec le personnel des Institutions zoologiques le 19 septembre 2013
- de l'organisation du premier P'tit Noël au Bois du Petit-Château, le 15 décembre 2013
- de la présentation du projet et des discussions avec les membres de la CIZ le 7 mai 2014
- de l'organisation les 8 et 9 mai 2014 d'une visite *in situ* des installations du MHNC et du Zoo BPC pour les Conseillers généraux, suivie d'une présentation puis de discussions sur la suite du projet
- des contacts réguliers avec la presse non seulement pour communiquer sur les expositions temporaires, la naissance du renne et la préparation du déménagement notamment, mais aussi pour entretenir des relations durables de confiance mutuelle

Calendrier 2014-2016

Prestations	Durée											
	2014				2015				2016			
Les prestations courantes et régulières ne sont pas mentionnées												
1.3 Mise sur pied d'un Bureau et d'un Comité de pilotage												
1.5 Invitation du Conseil général à une séance <i>in situ</i> pour évaluer l'état des installations du MHNC et du Zoo BPC et mener des discussions sur les rapports pour les demandes de crédits												
1.6 A la demande des différents groupes des partis politiques du Conseil général, rencontre de présentation et de discussion précédant la demande de crédit de réalisation												
2.2 Présentation du projet et son état d'avancement aux membres lors de l'assemblée générale												
3.1 Poursuite des ateliers de discussion et de développement du projet pour les collaborateurs des Institutions zoologiques												
3.2 Mise en place d'un cercle de personnalités disposant de bons réseaux pour jouer le rôle d'ambassadeurs au côté de l'équipe du projet												
4.1 Mise en place du relai de l'état d'avancement du projet via le site Internet de la Ville												
4.3 Information et communication au travers de conférences de presse en vue et suite aux votes du Conseil général pour les demandes de crédits												
4.4 Conceptualisation et réalisation d'une exposition itinérante												
5.2 Mise en place d'un système de parrainage des animaux par la population, voire par des personnalités populaires pour certains animaux												
5.4 Organisation(s) de visite des coulisses du musée en soirée, après sa fermeture												
6.1 Définition puis réalisation du processus participatif												

6.2	Création d'un projet d'aménagement des espaces de travail et des activités avec les collaboratrices et collaborateurs des IZ																					
6.3	Identification au sein de la population et des visiteurs de personnes de référence qui puissent jouer le rôle de relai du projet																					
6.4	Mise en place d'événements particuliers soulignant le déménagement et l'aménagement du musée. Coproduction de certaines démarches avec la population																					
6.5	Réflexions conjointes avec la population sur la vie du projet Zoo-Musée (gouvernance-foundraising)																					
7.2	Réalisation d'une identité pour accompagner l'inauguration du nouveau site																					
Coûts													Durée									
Remarques : seuls les coûts hors fonctionnement habituel sont pris en considération													2014	2015	2016							
3.2	Mise en place d'un cercle de personnalités disposant de bons réseaux pour jouer le rôle d'ambassadeurs au côté de l'équipe du projet																					
4.2	Construction et développement des relations avec les médias (entretiens individuels, rencontres, conférences de presse, <i>mailings</i>) pour qu'ils puissent suivre toutes les étapes du processus																					
4.4	Conceptualisation et réalisation d'une exposition itinérante																					
5.3	Organisation d'activités ponctuelles, annuelles et conviviales (tel que le P'tit Noël du Bois du Petit-Château, la Nuit des musées, la Journée internationale des musées, la Fête de la Nature, etc.)																					
5.4	Organisation(s) de visite des coulisses du musée en soirée, après sa fermeture																					
6.4	Mise en place d'événements particuliers soulignant le déménagement et l'aménagement du musée. Coproduction de certaines démarches avec la population																					
6.5	Réflexions conjointes avec la population sur la vie du projet Zoo-Musée (gouvernance-foundraising)																					
7.2	Réalisation d'une identité auprès de professionnels pour accompagner l'inauguration du nouveau site																					
Production et diffusion de matériel promotionnel																						
Totaux													25'000.00	82'000.00	49'000.00							
Financement																						
Le financement de ses actions est compris dans les demandes de crédits pour l'étude finale et de réalisation																						

Annexe 8 : stratégie de recherche de partenaires

Nom du projet	Stratégie de recherche de fonds
Période du projet	2014 -2016
Bref descriptif du projet	<p>Afin de valoriser et de renforcer les structures actuelles du Musée d'histoire naturelle de La Chaux-de-Fonds (MHNC) et du Zoo du Bois du Petit-Château (Zoo BPC), les autorités de la Ville ont décidé de les rassembler sur un même site, celui du Bois du Petit-Château.</p> <p>Le projet consiste ainsi à créer un site indivisible en intégrant le MHNC au Zoo BPC. Cette volonté est le projet Zoo-Musée. Il constituerait une proposition de visite unique en Suisse et en Europe continentale.</p> <p>En outre, le projet est aujourd'hui dans l'urgence. En effet, le bail liant le musée et La Poste arrive à échéance à fin 2016 et ne sera pas renouvelé. Le MHNC doit donc trouver de nouveaux locaux afin de continuer son activité dans des conditions optimales.</p> <p>L'étude de faisabilité menée en 2013 démontre que ce projet est réalisable et que le choix d'un nouveau bâtiment est le plus adéquat, du fait notamment de son prix près de 4 mio. meilleur marché qu'une transformation de l'immeuble existant de l'Ancien-Stand. Les coûts estimés de la nouvelle construction - compacte, souple et modulaire, et par conséquent beaucoup plus appropriée pour un musée - se montent à CHF 13'700'000.- TTC.</p> <p>A ces coûts s'ajoutent ceux de la muséographie estimés aujourd'hui à 2 mio.</p> <p>La direction des Institutions zoologiques (IZ) s'est engagée à développer la stratégie présentée ici, puis à l'appliquer, afin de trouver des partenaires financiers pour soulager le financement par la commune.</p> <p>Dans ce cadre, le résultat désiré des actions prévues est de pouvoir financer la muséologie par l'apport de fonds extérieurs à l'administration.</p> <p>Les objectifs décrits ci-après résultent des constats suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ce projet est composé de 2 phases bien distinctes : a) une phase de construction et b) une autre de fonctionnement. Un partenaire est susceptible d'intervenir dans l'une de ces phases, ou les 2 ; 2. un partenaire est soit a) un privé, b) une entreprise, c) une ONG (associations, fondations, etc.) et d) le service public (par exemple la Confédération par des aides dans le domaine de la sensibilisation à l'environnement) ; 3. un partenaire doit être ciblé ; ses valeurs fondamentales devraient idéalement être en adéquation avec le projet. De ce fait, une liste des partenaires potentiels et leur identification précise doit être établie et une fiche signalétique pour chaque partenaire réalisée ; 4. le mécène ne doit pas faire l'objet d'un démarquage spécifique ; il est séduit ou non par le projet. Le concept de communication joue alors un rôle important pour toucher ce public : il doit contenir des éléments émotionnels afin de sensibiliser notamment ces personnes ; 5. expérience faite dans d'autres entités, la recherche de partenaires financiers est difficile, chronophage et demande non seulement de l'expérience mais aussi des relations déjà bien établies. Récemment, le Musée d'histoire de la Ville de LCdF est parvenu à son objectif de récolte de fonds par l'engagement d'un mandataire externe spécialisé dans ce domaine. <p>Dans tous les cas, l'état d'avancement actuel du dossier ne permet pas de commencer les actions dans l'immédiat ; il faut attendre un projet plus précis. Dès lors, 2014 sera consacré à la mise en place des actions afin d'être opérationnel dès 2015.</p>
Organisation du projet	
Direction du projet	Arnaud Maeder, chef du service des Institutions zoologiques
Coordination interne	<ul style="list-style-type: none"> • Service communal de la communication • Le chargé des projets participatifs • Service financier
Objectifs (effets et prestations)	
Objectifs général	Développer, valider puis appliquer la stratégie de recherche de partenaires et ses actions
Objectifs spécifiques / Actions	1. Mettre en place le groupe <i>recherche de partenaires</i> au sein de la future organisation du projet
	1.1 Constitution et organisation du groupe <i>recherche de partenaires</i>
	2. Identifier les partenaires

2.1	Réalisation de la liste des privés/entreprises/ONG/services publics proches des valeurs du projet, classés selon les 2 phases du projet
2.2	Constitution d'une fiche signalétique par partenaire
2.3	Établissement de la liste des mécènes potentiels
3.	Approcher les partenaires
3.1	Réalisation d'un dossier de présentation du projet attrayant destiné aux partenaires
3.2	Parallèlement à la stratégie de communication, mise en place d'un volet destiné à la sensibilisation des partenaires et des mécènes
4.	Créer des cercles d'ambassadeurs du projet (corrélé au concept de communication)
4.1	Information et sensibilisation du personnel du Service des institutions zoologiques (parmi les premiers ambassadeurs du projet)
4.2	Mise en place d'un cercle de <i>parrains</i> disposant de bons réseaux pour jouer le rôle d'ambassadeurs au côté de l'équipe du projet
4.3	Information et sensibilisation des membres des sociétés des amis du MHNC et du BPC (parmi les premiers ambassadeurs du projet), identification des membres possédant un bon réseau dans ce domaine et constitution d'une <i>Task force</i>
5.	Chercher appui auprès de professionnels externes
5.1	Concertation sur les possibilités et la pertinence d'engager un spécialiste externe
5.2	Selon les résultats de l'objectif 5.1, engagement d'un mandataire externe pour appuyer la direction du projet dans la recherche de partenaires financiers
5.3	Développement et ajustements de la stratégie de recherche de partenaires avec le mandataire externe

État d'avancement du projet

L'état d'avancement du projet Zoo-Musée ne permet pas encore la recherche de partenaires; il faut attendre un projet plus précis. Dès lors, 2014 sera consacré principalement à la mise en place des actions afin d'être opérationnel dès 2015. Pour aider dans le développement de ce processus, l'engagement éventuel d'un mandataire spécialisé externe pourrait déjà avoir lieu lors de l'étape 2 suivante. Cette éventualité a été prévue dans la présente demande de crédit.

Calendrier 2014-2016

Prestations	Durée											
	2014				2015				2016			
Les prestations courantes et régulières ne sont pas mentionnées												
1.1 Constitution et organisation du groupe <i>recherche de partenaires</i>												
2.1 Réalisation de la liste des partenaires proches des valeurs du projet												
2.2 Constitution d'une fiche signalétique par partenaire												
2.3 Établissement de la liste des mécènes potentiels												
3.1 Réalisation d'un dossier de présentation du projet attrayant destiné aux partenaires												
3.2 Mise en place d'un volet destiné à la sensibilisation des partenaires et des mécènes												
4.1 Information et sensibilisation du personnel du Service des Institutions zoologiques												
4.2 Mise en place d'un cercle de <i>parrains</i>												
4.3 Information et sensibilisation des membres des sociétés des amis du MHNC et du BPC												
5.1 Concertation sur les possibilités et la pertinence d'engager un spécialiste externe												
5.2 Selon les résultats de l'objectif 5.1, engagement d'un mandataire externe												

5.3 Développement et ajustements de la stratégie de recherche de partenaires avec le mandataire externe												
Coûts							Durée					
Remarques : seuls les coûts hors fonctionnement habituel sont pris en considération							2014	2015	2016¹			
3.1 Réalisation et production d'un dossier de présentation du projet attrayant destiné aux partenaires								20'000.00				
3.2 Mise en place d'un volet destiné à la sensibilisation des partenaires et des mécènes								10'000.00				
4.2 Mise en place d'un cercle de <i>parrains</i>								5'000.00				
5.2 Engagement d'un mandataire externe							25'000.00	50'000.00				
Totaux							25'000.00	85'000.00				
Financement												
Le financement de ses actions est compris dans les demandes de crédits pour l'étude finale et de réalisation												

¹ A déterminer selon le développement de la stratégie, notamment à l'aide du mandataire externe. Ces coûts seront considérés dans la prochaine et dernière demande de crédit

Annexe 9 : suite du travail après le 3 juin 2014

Sous-réserve de l'approbation du crédit par votre Conseil

Actions	2014							2015					
	juin	juillet	août	sept.	octobre	nov.	déc.	janvier	février	mars	avril	mai	juin
Acceptation par le Conseil général du crédit pour l'étude finale des contenus du Zoo-Musée et la suite de la préparation du déménagement	1 ▲												
Délais référendaires													
Mise en place des groupes de travail													
Choix des mandataires externes pour réaliser les différentes études													
Réalisation des mandats (projet, thématiques, architecture, etc.)													
Discussions sur les bases du plan directeur des Institutions zoologiques													
Définition des fils conducteurs, la muséographie et la scénographie													
Démarche participative													
Actions de communication													
Actions de recherche de partenaires financiers													
Poursuite de la préparation du déménagement du musée													
Rédaction du 3 ^{ème} rapport pour le Conseil général (réalisation du projet)													
Séance du Conseil général pour la demande d'un crédit de réalisation													2▲

▲ Séances du Conseil général

1 : 3 juin 2014 ; 2 : juin 2015