

Article paru dans La Région du 15 février 2018

Les 3 piliers d'une sage... promotion économique

Le départ d'Autodesk à Neuchâtel interpelle outre Béroche, puisque cette multinationale américaine a bénéficié, pendant de longues années, d'une exonération fiscale. Son implantation, en 1991, était le résultat d'une stratégie de promotion exogène que nos voisins ont su mettre en place avant tout le monde et forte, il est vrai, d'un volontarisme affirmé ! Remarquons d'abord que, dans ce débat, pointe une certaine ingratitude... envers l'entreprise d'abord qui y a créé des centaines d'emplois pendant plus de 25 ans, mais aussi envers la promotion exogène. Appuyée, à l'époque, par le soutien fédéral de l'arrêté Bonny, la promotion exogène a incontestablement servi l'économie neuchâteloise aux lendemains de la crise horlogère. Cela, comme elle sert la nôtre, avec laquelle elle collabore via le réseau de nos correspondants à l'étranger.

Mais, ce débat relance celui de l'adéquation des moyens mis par les cantons, principalement, dans la promotion exogène versus dans le soutien au tissu économique endogène. Dans notre canton, je pense que ce débat n'a plus lieu d'être. Bien sûr, une pesée des intérêts, une veille sur l'attractivité de nos conditions cadres et sur celles de nos concurrents, y compris fiscales naturellement, peuvent influencer l'allocation des ressources entre ces piliers de notre promotion économique. Je pense qu'ici ces analyses ont été faites. Et surtout, que nos outils de développement économique, tant stratégiques par la PADE, que légaux par la LADE, qui cadrent les interventions cantonales, se sont largement diversifiés. Ainsi, le Grand Conseil dotait, il y a presque 5 ans, un programme spécial d'appui à l'innovation, Innovaud, de 25 millions sur 10 ans, un troisième pilier. Plus récemment, des fonds spéciaux ont été mis à disposition pour faciliter la maîtrise du foncier par les collectivités publiques. Ces deux exemples montrent que notre stratégie de développement sait s'adapter à l'évolution de notre environnement économique.

Dans les régions, les associations régionales reçoivent et conseillent des centaines d'entreprises de tout secteur d'activité. Pour l'ADNV, environ 150 entretiens ont porté l'an dernier sur des conseils à la création, à la recherche de locaux, de financement, ... Ces appuis de proximité complètent la stratégie cantonale, sélective comme il se doit, par des services ouverts à toutes les activités économiques. A disposition...

Jean-Marc Buchillier
Directeur de l'ADNV