



LA CHAUX-DE-FONDS

MÉTROPOLE HORLOGÈRE  
UHRENMETROPOLE  
METROPOLI OROLOGIAIA  
WATCHMAKING METROPOLIS

## Communiqué de presse

### Nouvelle identité visuelle

## La Chaux-de-Fonds Métropole horlogère, une marque forte et rassembleuse

La Ville de La Chaux-de-Fonds dévoile ce mardi sa nouvelle identité visuelle. Bien plus qu'un simple logo, cette identité a pour ambition de rassembler les Chaux-de-Fonnières et les Chaux-de-Fonnières autour des valeurs et des qualités qui font la force de cette ville: la volonté, l'ouverture et la créativité. Sobre et élégante, la ligne graphique contribuera à imposer loin à la ronde la marque La Chaux-de-Fonds Métropole horlogère.

Déclinée en quatre langues, cette signature souligne aussi le rayonnement de la ville et l'ouverture d'esprit des Chaux-de-Fonnières et des Chaux-de-Fonnières, pour qui l'accueil de l'autre revêt une importance primordiale. Quant au logo, inspiré par la trame en damier qui a présidé au développement de la cité, il rappelle que l'urbanisme particulier de la ville est indissociable de son développement industriel et de son rayonnement humain.

### Déploiement progressif

Désormais propriété de toutes les Chaux-de-Fonnières et de tous les Chaux-de-Fonnières, la nouvelle identité visuelle de La Chaux-de-Fonds est le fruit d'une collaboration avec l'agence Inox Communication à Neuchâtel, qui a été sélectionnée en été 2009 sur la base d'un appel d'offres lancé auprès de huit entreprises de la région et de Suisse romande. La nouvelle identité se décline d'ores et déjà sur de nombreux supports: oriflammes, drapeaux, panneaux d'entrée de ville. Elle sera aussi présente sur le matériel promotionnel de nos partenaires culturels et sportifs.

Le matériel administratif de la Ville est également concerné: dès ce jour, le papier à en-tête, les enveloppes et les cartes de visites en seront notamment pourvus. Suivront la signalétique des bâtiments, l'ensemble du parc de véhicules de la Ville et le site internet. Les deux barres obliques jaune et bleue céderont donc progressivement leur place à la nouvelle ligne graphique, qui deviendra l'élément central et fédérateur de la communication de la Ville.

### Urbanité forte et assumée

Avec cette étape importante pour sa visibilité, La Chaux-de-Fonds entend plus que jamais afficher une identité urbaine forte et assumée. En s'affirmant sous une marque et une couleur rassembleuses, la Métropole horlogère veut aussi montrer la remarquable envie de vivre ensemble qui unit ses habitants, malgré et peut-être même à cause de leur diversité.

Cette dimension humaine est essentielle à La Chaux-de-Fonds, dans une ville qui comprend par exemple avant tout son urbanisme horloger à la valeur universellement reconnue comme un patrimoine vivant, dans une ville qui puise sa force auprès des habitants qui y résident, des personnes qui y travaillent et des artistes qui y créent. On l'a dit, la marque La Chaux-de-Fonds Métropole horlogère a pour ambition de rassembler, mais ceux qui la feront vivre, à l'intérieur comme à l'extérieur de la cité, ce sont les milliers de visages qui la composent.

La Chaux-de-Fonds, le 18 mai 2010

Contacts:

- Laurent Kurth, président de la Ville, 032 967 62 20
- Muriel Barrelet, chancelière, 032 967 62 10
- Eric Tissot, coordinateur relations extérieures et promotion, 032 967 62 07 ou 079 679 29 42
- Thibault Castioni, coordinateur relations médias, 032 967 62 08 ou 079 464 38 29