

## **Programme JU-lien, et après ?**

Irène Donzé (PLR)

## **Réponse du Gouvernement**

A la suite à la publication du Rapport social 2021 et de ses propositions de mesures, le programme JU-lien a été lancé début mai 2024 avec un double objectif, soit celui de sensibiliser la population jurassienne aux questions de précarité d'une part et de lutter contre le non-recours aux prestations sociales d'autre part.

Lors de la conférence de presse de lancement de la campagne, il a été rappelé que le canton du Jura compte près de 10'000 personnes en situation de précarité et qu'environ la moitié d'entre elles ne font pas appel aux prestations auxquelles elles auraient droit. Ce constat est partagé par plusieurs autres cantons suisses qui se mobilisent aussi pour mieux appréhender la question du non-recours. Par cette campagne, le canton du Jura vise un meilleur accès aux prestations sociales et une meilleure compréhension des causes du non-recours.

Cette action s'inscrit dans le cadre de la loi cantonale sur l'action sociale dont l'un des buts est de « *prévenir les causes de pauvreté et d'apporter l'aide sociale nécessaire aux personnes dans le besoin* ». Elle constitue également une des mesures mises en œuvre en lien avec la motion 959 "ampleur et évolution de la pauvreté dans le Jura : rapport annuel et plan de mesures".

Cela étant rappelé, le Gouvernement répond comme il suit aux questions :

### **1. Quel est le coût total de cette campagne, et quelle part est financée par l'Etat ?**

Le coût total de la campagne est de 70'000 francs entièrement à charge de l'Etat, les contributions des partenaires du domaine social étant de l'ordre de la collaboration. Ce montant avait été porté aux budgets 2023 et 2024 qui ont été validés par le Parlement.

### **2. Quels moyens ont été engagés pour mener cette campagne (flyers, site internet, autre), notamment des collaborateurs ont-ils été engagés à cette fin ?**

La campagne de sensibilisation est portée par un affichage grand format, des flyers, des messages radiophoniques, des postes sur les réseaux sociaux ainsi que le site internet JU-lien.org, le tout pour environ 20'000 francs. Un mandat d'accompagnement a été confié à la Fondation O2 pour un montant d'environ 15'000 francs. Celui-ci inclut notamment l'élaboration de la ligne graphique et la création du site internet de la campagne. Du matériel informatique et téléphonique a été acquis pour environ 3'000 francs.

Les autres 30'000 francs financent le travail des sept assistantes sociales engagées à l'heure et à temps très partiel pour répondre aux demandes durant la campagne. Au moment de la rédaction de cette réponse, environ la moitié de ce montant n'avait pas été utilisé.

Enfin, l'organisation et l'évaluation de la campagne sont assurées par un collaborateur du Service de l'action sociale engagé à 20% pour le rapport social et le suivi de ses mesures.

### **3. Quelle est l'estimation du nombre de personnes supplémentaires qui se déclareront via cette campagne ? Quelle estimation moyenne du coût pour l'Etat peut être faite ?**

Sur les 5'000 personnes potentiellement identifiées comme « non-recourantes » dans le Jura, on estime qu'une partie n'a pas droit à des prestations en raison de soutiens de la parenté ou de tiers ou de présence de fortune. C'est notamment le cas pour les personnes à la retraite qui disposent parfois d'un revenu régulier modeste mais d'un capital relativement important dont il n'a pas été tenu compte dans l'évaluation du risque de pauvreté. Sur les 3'500 personnes réellement concernées, constituant environ 2'000 ménages, la campagne vise à en toucher 100, soit un taux de 5%.

**4. Les coûts globaux et les conséquences pour les finances de l'Etat ont-ils été mesurés / estimés avant le lancement de cette campagne ? Si oui, peut-on en connaître les détails ?**

Comme indiqué ci-avant les coûts directs de la campagne ont été portés aux budgets de l'Etat 2023 et 2024 et l'allocation budgétaire globale n'a pas été dépassée. S'agissant de l'effet sur le volume des prestations octroyées, il avait été estimé avant la campagne que le nombre de nouveaux ayants-droits resterait marginal et que l'augmentation projetée s'inscrirait dans la fluctuation ordinaire de ces prestations. La première évaluation de l'effet de cette campagne confirme cette hypothèse de départ.

**5. Les montants dégagés pour financer ces coûts supplémentaires devront être trouvés dans le budget de l'Etat. Quelles pistes ont été retenues pour économiser sur d'autres secteurs ?**

Au vu de la réponse à la question précédente et attendu que le montant était prévu au budget, il n'a été procédé à aucune compensation spécifique.

**6. Sur le site internet de la RCJU, on peut lire que cette campagne est une première étape, qu'en est-il de la suite et pour quel coût ?**

L'évaluation de cette campagne permettra d'en mesurer la pertinence et d'apporter des pistes de compréhension du phénomène de non-recours dans le Jura. Ces éléments serviront de réflexion à d'autres mesures potentielles, non encore établies à ce jour. Il est cependant certain que le but de la loi sur l'action sociale ne pourra être atteint par cette seule campagne de six semaines. On rappellera que cette campagne s'inscrit dans les quatre axes principaux pour lutter contre la pauvreté retenus par le Gouvernement et présentés au Parlement, à savoir informer et sensibiliser la population sur la thématique de la précarité, soutenir les ayants droits potentiels à des prestations afin qu'ils puissent accéder à celles-ci, renforcer les réseaux d'entraide de proximité et évaluer l'automatisation de certains droits sociaux.

**7. Comment le Gouvernement se prononce-t-il sur l'opportunité de lancer cette campagne à un moment critique pour les finances cantonales, comment le planning a-t-il été défini ?**

En ce qui concerne le planning, ce projet a été lancé lorsque les réflexions et consultations, notamment auprès des nombreux partenaires du domaine social, ont permis d'établir une stratégie crédible.

Quant à l'opportunité de cette démarche, le Gouvernement s'étonne que l'on puisse s'offusquer à propos d'une campagne qui vise à soutenir des personnes précarisées à faire valoir leurs droits à d'éventuelles prestations dont les conditions d'accès ont été définies par le législateur. Il convient que le contexte actuel n'est pas propice à la création de nouvelles prestations ou à l'élargissement de celles-ci. Cependant, il doute et trouve très particulier d'imaginer que la situation financière de l'Etat s'améliorera sur le long terme parce que certaines personnes ne revendiqueraient pas leur droit à des conditions d'existence dignes. Il rappelle que la lutte contre la pauvreté constitue le socle de notre ordre constitutionnel et de notre cohésion sociale. Il relève finalement que si cette campagne menée avec des moyens que l'on peut qualifier de dérisoires a permis de rétablir ou d'éviter la dégradation d'une seule situation familiale, elle aura été rentable. Il estime donc que le moment était parfaitement opportun pour le lancement de cette campagne.

Delémont, le 13 août 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized initials and a surname, likely 'J.B. Maître'.

Certifié conforme par le chancelier d'Etat  
Jean-Baptiste Maître