

Date de dépôt : 30 septembre 2020

Réponse du Conseil d'Etat

à la question écrite urgente de M. Boris Calame : Qu'en est-il de la mise en œuvre de la motion 2437, de l'avancée de la campagne de sensibilisation liée et du financement y relatif ?

Mesdames et
Messieurs les députés,

En date du 28 août 2020, le Grand Conseil a renvoyé au Conseil d'Etat une question écrite urgente qui a la teneur suivante :

En date du 2 novembre 2018 était votée et renvoyée au Conseil d'Etat la motion 2437 « pour la réalisation d'une campagne de sensibilisation en faveur du commerce de détail genevois et le développement d'une stratégie de promotion économique spécifique », ceci par 77 oui et 5 abstentions.

Le Conseil d'Etat a répondu favorablement à ladite motion au travers de son rapport du 5 juin 2019, ceci avec une prise d'acte par le Grand Conseil le 18 octobre 2019.

Malgré les multiples échanges et les séances de travail qui ont eu lieu, ces dix derniers mois, avec les acteurs et autres partenaires potentiels de cette campagne, force est de constater qu'en cette fin d'été plus rien ne se passe.

Ce désintérêt du Conseil d'Etat est particulièrement regrettable dans cette période COVID, mais aussi, bien plus encore, au regard de la planification annoncée pour cette période de rentrée scolaire.

A ce jour, aucune demande de crédit n'a été formulée par le Conseil d'Etat afin de mettre en œuvre ladite motion. Si les règles de demande budgétaire ont changé, le Conseil d'Etat serait bien avisé d'en informer le Grand Conseil. Le cas échéant, le rédacteur de la présente se fera fort de formuler une proposition en ce sens.

Mes questions au Conseil d'Etat, que je remercie par avance pour ses réponses, sont alors les suivantes :

- 1) *Une motion largement votée par le Grand Conseil et, de plus, acceptée avec bienveillance par le Conseil d'Etat ne devrait-elle pas être mise en œuvre dans les meilleurs délais et avec diligence ?*
- 2) *Est-ce que le Conseil d'Etat et/ou le département ne souhaite/nt pas ou plus s'engager dans cette demande largement soutenue par le Grand Conseil ?*
- 3) *Quels sont les moyens financiers évalués depuis le vote de ladite motion et, le cas échéant, les besoins complémentaires nécessaires à sa réalisation ?*
- 4) *Est-ce [maintenant] au Grand Conseil de formuler un projet de loi de financement pour que cette motion puisse se réaliser ?*
- 5) *Le cas échéant, quelles sont les alternatives prévues pour réaliser les invites de la motion 2437 ? Avec quel financement et dans quels délais seront-elles mises en œuvre ?*

RÉPONSE DU CONSEIL D'ÉTAT

Le vote par le Grand Conseil de la motion 2437 n'a fait que renforcer la volonté du Conseil d'Etat de soutenir le commerce de détail genevois. Un pôle commerce, dédié au soutien et au développement du secteur, avait en effet été créé au sein de la promotion économique en juillet 2011. Par ailleurs, l'importance de ce secteur ayant été relevée dans le cadre de la stratégie économique 2015-2030, un plan d'actions dédié au commerce a été mis en place en partenariat avec les milieux concernés dès juin 2017.

Le Conseil d'Etat s'est engagé à élaborer un plan de communication pour les commerces du canton, en partenariat avec les associations représentatives. Le Conseil d'Etat a ainsi chargé le département du développement économique de réunir les milieux du commerce dès le deuxième semestre 2019 pour élaborer une stratégie de communication, afin de démarrer une campagne en 2020 en cohérence avec le plan d'actions relatif au commerce.

Début 2020, un projet de label pour le commerce genevois était finalisé et devait être activé dès le mois de mars, mais a été reporté suite à la crise sanitaire du COVID-19. En juin 2020, les partenaires du commerce ont décidé de privilégier une approche de relance du plan d'actions dédié au commerce sur le moyen et le long termes, plutôt qu'un processus de rebond sur le court terme avec le label. En effet, après une analyse du plan de communication proposé, il en est ressorti qu'il est non seulement important de construire une stratégie impliquant fortement l'ensemble des acteurs du commerce genevois, mais également d'y inclure une approche politique des enjeux économiques dans le contexte de l'après COVID-19.

Dans cette perspective, le département du développement économique a décidé d'attendre la rentrée, suite à la proposition des milieux du commerce (Trade Club de Genève, Fédération du commerce genevois, Nouvelle Organisation des Entrepreneurs (NODE)) d'organiser une rencontre le 14 septembre 2020 consacrée à une discussion sur les stratégies économique et politique à mettre en place en amont de la campagne de communication, l'objectif étant de définir la stratégie de communication avec tous les acteurs de la branche, afin que cette campagne ait le plus d'impact possible et apporte ainsi un soutien concret au commerce local.

Suite à cette rencontre, les associations des milieux du commerce ont relevé que les deux ouvertures dominicales exceptionnelles des commerces genevois les 13 et 20 décembre prochains constituaient des échéances décisives pour la relance du secteur et la sauvegarde des emplois qui en dépendent.

En effet, le secteur du commerce demeure très touché par les conséquences de la crise sanitaire et par les mesures adoptées pour endiguer celle-ci. Si les magasins alimentaires et de première nécessité sont ressortis gagnants de la période du semi-confinement, l'ensemble du tissu commercial continue d'être fortement perturbé par la crise.

Le succès des deux ouvertures dominicales de décembre est crucial pour la branche et repose largement sur une promotion adéquate de l'événement auprès de la population du Grand Genève. Le caractère exceptionnel de ces deux ouvertures revêt un potentiel d'attraction fort au niveau régional, puisqu'elles auront lieu lors d'une période de consommation traditionnellement forte avant les Fêtes et permettront surtout aux commerces genevois d'avoir un avantage concurrentiel par rapport à leurs homologues vaudois et français. Elles devront se faire dans le respect des normes sanitaires et seront sans aucun doute une bouffée d'oxygène dans ce climat anxiogène – à la fois pour les commerçant-e-s et les client-e-s – et doivent être perçues comme telles.

Le plan de communication pour ces deux dimanches de décembre a été soumis aux partenaires le 24 septembre dernier et doit être abordé sous la forme d'un partenariat public-privé. L'objectif de la participation de l'Etat à l'opération est de créer un effet d'appel, multiplicateur, pour le secteur du commerce très touché par la crise et les changements d'habitudes de consommation. A ce titre, l'Etat propose d'utiliser dans l'opération une partie de l'investissement voté par le Conseil d'Etat pour soutenir le commerce, soit un budget de 100 000 francs, qui devra être égalé par les représentant-e-s des commerces, à la fois sous forme d'investissements comptants et de prestations. Après validation de cette proposition de partenariat par les associations professionnelles du commerce, le lancement des appels d'offres auprès d'agences spécialisées dans la communication à même de mettre en place cette première campagne a été effectué la semaine du 28 septembre 2020.

Au bénéfice de ces explications, le Conseil d'Etat vous invite, Mesdames et Messieurs les Députés, à prendre acte de la présente réponse.

AU NOM DU CONSEIL D'ÉTAT

La chancelière :
Michèle RIGHETTI

Le président :
Antonio HODGERS