

Ville de Genève

La campagne sur Clé-de-Rive prend une tournure agressive

La tension monte, donnant lieu à une surenchère de communiqués. L'Association des marchés dit son opposition.

Théo Allegrezza

À moins de deux semaines du vote sur Clé-de-Rive, les deux camps s'écharpent à coups de communiqués interposés, d'accusations réciproques sur les réseaux sociaux et dans les médias. Alors que la polémique sur l'usage abusif des logos de Genève-roule et Mobility a enflé tout le week-end, c'était, lundi, au tour du Groupement transports et économie (GTE) de dégainer sa conférence de presse. Et de décocher quelques flèches.

Le lobby de la droite sur la mobilité, auquel se sont associées la

FER (Fédération des entreprises romandes) et la NODE (Nouvelle organisation des entrepreneurs), a commencé par mettre en avant les atouts du projet. Clé-de-Rive permettrait de doter Genève d'une «infrastructure exceptionnelle qui comble un manque évident en bornes de recharge électriques et en places pour les deux-roues», souligne **Nathalie Hardyn** (GTE). Mais ce projet «est bien plus qu'un parking».

Guerre des transports

Un oui le 7 mars aurait un double effet. Il donnerait le feu vert à la création de ce parking souterrain sur six niveaux (498 places pour les voitures, 388 pour les deux-roues) à la rue Pierre-Fatio et, dans le même temps, il avaliserait l'important crédit de 34 millions de francs permettant d'aménager des espaces publics et de piétonner 33'000 mètres carrés autour de Rive. «Si ce sont les habitants de la ville qui votent, c'est un projet pour l'ensemble de notre canton», a pointé la conseillère nationale

UDC Céline Amaudruz. Elle insiste: ceux qui n'habitent pas au centre-ville et veulent y venir en voiture doivent toujours pouvoir le faire.

Ces éléments posés, les intervenants ont attaqué la gauche, son «revirement soudain» et ses arguments. Comme celui des parkings «vides» des alentours. «Ce n'est pas parce que les stades de football n'ont pas un match tous les jours qu'on n'en a pas construit», fait valoir Yves Menoud (NODE). Ou l'absence d'autre solution en cas de refus. «Entretenir la guerre des transports ne rime à rien et ne permet pas de résoudre les problèmes de mobilité», assène Ivan Slatkine (FER).

Des «partenaires»

Une heure auparavant, un nouveau caillou était venu se glisser dans la chaussure des partisans. L'Association des marchés de Genève faisait savoir dans un communiqué signé par son président, Willy Cretegny, qu'elle «ne voulait pas de ce projet». Sa réalisation rend pourtant possible la création

d'un marché permanent, alors pourquoi? Parce que le promoteur n'a pas retenu ses demandes, dit-elle. Les acteurs du marché expliquent qu'ils ont besoin d'infrastructures pour leur faciliter le travail. Ils craignent aussi «de ne pas pouvoir entrer sur le marché avec leurs véhicules pour installer leurs stands parce que le mobilier urbain occupe trop de place».

Représentant du promoteur, Fabrice Broto relativise: «Des corrections peuvent être apportées au projet après le vote.» Il assure que de nombreux maraîchers ne partagent pas cette prise de position qui émane du comité de l'association. Il n'empêche. Ces quelques lignes font tache, sachant qu'il y a peu l'association était présentée comme «partenaire privé» du projet, tout comme Genève-roule et Mobility, lesquels ont demandé - et obtenu - que leur mention soit retirée du site ouiaclederive.ch.

Pour la gauche, «trop, c'est trop». Dans un communiqué, matinale lui aussi, elle dénonce «des

méthodes opaques et malhonnêtes», ainsi que le marketing «agressif» du promoteur. Elle évoque la disparition du «parking» dans les supports de communication, l'engagement de comédiens dans les vidéos de promotion ou la multiplication de faux profils «enthousiastes» sur Facebook. «Une partie de nos concitoyens risquent de voter en ayant été trompés», s'alarme-t-elle.

Le promoteur a répliqué en fin de journée par un nouveau communiqué. Il répond point par point à ces «arguments fallacieux». Des comédiens? «À aucun moment. Il s'agit de citoyens interrogés dans la rue.» Les faux profils? «Nous dénonçons tout usage de pseudonymes qui n'est pas de notre fait.» Quant à l'absence du mot «parking», des visuels montrent bien les bornes de recharge et la partie dédiée aux deux-roues. Pour Fabrice Broto, ce sont les adversaires qui «jouent l'esquive et ne mentionnent que le parking sans jamais faire référence à la piétonnisation».