

Genève au chevet du commerce de détail

Publié le 4 octobre 2022

11-13 minutes



Une personne passe devant une vitrine d'un magasin où des autocollants "Liquidation Totale" et "Tout Doit Disparaître!" sont collés, ce vendredi 22 décembre 2017 à Genève.

(KEYSTONE/Salvatore Di Nolfi)

Le département du développement économique lance dès lundi une nouvelle campagne de soutien en faveur des commerces de proximité. Objectif: renforcer le lien social entre les habitants et leurs échoppes de quartier.

Genève veut soutenir les commerçants de quartier. Le département du développement économique, épaulé par la nouvelle organisation des entrepreneurs, la Fédération des entreprises romandes et la Chambre de commerce, lance dès lundi une campagne de soutien intitulée CEKELENÔ.

L'objectif est de rapprocher les Genevois de leurs commerces de proximité. Car le secteur est en difficulté: il a perdu 2259 emplois entre 2011 et 2019. Raison pour laquelle le canton souhaite lui donner un coup de pouce. Fabienne Fischer, conseillère d'Etat en charge du développement économique.



Fabienne Fischer

Conseillère d'Etat en charge du développement économique



La campagne prendra la forme de 12 vidéos animées par des humoristes locaux qui mettront en avant des échoppes de quartiers. Parmi eux, Alexandre Kominek, Cinzia Cattaneo, Julie Conti ou encore Adrien Laplana.

Secteur en souffrance

Une campagne qui tombe à point nommé, car le commerce de détail est en souffrance: les faillites ont augmenté de 40% cette année par rapport à 2021. Flore Teyssière, secrétaire patronale de Genève commerce.



Flore Teyssière

Secrétaire patronale de Genève Commerce



Le commerce de détail représente quelques 18'000 emplois sur le canton et forme 500 apprentis chaque année rien que dans la vente. Un secteur qui a souvent été le parent pauvre des politiques économiques selon Flore Teyssière.



Flore Teyssière

Secrétaire patronale de Genève Commerce



Cette campagne concrétise une motion des Verts qui avait été acceptée par le Grand Conseil avant la pandémie. Un budget annuel de 200'000 francs est prévu jusqu'en 2024 pour promouvoir la proximité. Mais la campagne n'aura coûté "que" 130'000 francs.