

## **La Chambre de commerce genevoise fait la promotion de ses entrepreneurs**

**Les trams et bus du canton se pareront des visages de ceux qui font l'économie genevoise. Coût de l'opération pour la CCIG: 50.000 francs.**

Sophie Marenne



**Laurence de la Serna & Vincent Subilia, présidente et directeur de la CCIG, ont présenté ce matin une campagne destinée à valoriser les entreprises genevoises, affaiblies par la crise.**

Laurence de la Serna & Vincent Subilia, présidente et directeur de la CCIG, ont présenté ce matin une campagne destinée à valoriser les entreprises genevoises, affaiblies par la crise.

Aprotec, firme familiale qui conçoit des panneaux de sortie de secours, Somatra dont les activités de fret et de logistique événementielle ont été paralysées par la crise, Atar Roto Presse et ses collaborateurs imprimeurs, polygraphes et relieurs... Ces entreprises sont les stars de la nouvelle campagne de promotion de la **Chambre de commerce, d'industrie et des services (CCIG)**.

Dès le 15 juillet, les véhicules des Transports publics genevois (TPG) se pareront du slogan «Nos entreprises, notre avenir» et des visages de ceux qui font l'économie du canton. «Nous voulons souligner leur rôle déterminant pour la région», a indiqué Vincent Subilia, directeur général de la CCIG, lors d'une conférence de presse ce jeudi.

Le budget de cette campagne colorée est de 50.000 francs. Ce projet est sans précédent pour la CCIG et ses 30 collaborateurs. De nombreux éléments ont été réalisés en interne. Pour le reste, l'association privée s'est appuyée sur des sociétés locales: Prestige Graphique pour l'impression et Atelier Sud pour le design des visuels.

### **Porte-voix de l'économie**

La campagne veut rappeler que ce sont les entreprises qui font bouillir la marmite de l'Etat. L'objectif est non seulement de mettre à l'honneur les entrepreneurs, mais aussi de vulgariser les enjeux économiques auxquels ils font face. «En cette période de crise, il nous faut sortir de l'ombre et nous assurer que notre rôle de poumon de la société est bien

compris par la population», a complété Laurence de la Serna, présidente de la CCIG et patronne de l'entreprise Jean Gallay.

A côté des affiches et des publicités dans la presse écrite, des capsules vidéo et des visuels seront diffusés sur les réseaux sociaux. D'autres visages renforceront l'opération dont la fin est prévue au 11 novembre. La CCIG a en effet appelé ses 2500 membres à témoigner à leur tour. Un site internet dédié les rassemblera d'ici peu. Le matériel sera aussi mis à disposition des membres eux-mêmes, «nos meilleurs ambassadeurs», décrit Laurence de la Serna.

### **Entreprises essouffées**

La crise du Covid-19 a éprouvé les sociétés du territoire genevois. «Au plus haut du pic, un actif sur deux y était au chômage technique», a rappelé Vincent Subilia. L'organisme indépendant s'attend à une dégringolade économique dans les mois à venir. «Impossible de savoir aujourd'hui quelles entreprises verront le chômage partiel se pérenniser», a poursuivi le directeur en donnant l'exemple de l'hôtel Le Richemond. L'établissement cinq étoiles a annoncé mercredi qu'il fermera ses portes à la fin du mois s'août. «Pour le secteur de l'accueil, la facture sociale sera extrêmement lourde», a-t-il déploré.

Bien que certaines branches de l'économie genevoise se défendent bien – la finance ou le négoce de matières première – Vincent Subilia juge la situation «très préoccupante» et s'attend à voir bientôt tomber le couperet: «Les mesures qui oxygènent les entreprises aujourd'hui ne pourront pas durer ad vitam aeternam».