

La Ville de Genève soutient les commerçants préterités par le confinement à travers des «bons solidaires». Surprise, le grand magasin de la rive droite est sur la liste

Manor subventionné par la Ville

CHRISTIANE PASTEUR

Ville de Genève ► Comme d'autres municipalités, la Ville de Genève propose des «bons solidaires», subventionnés à hauteur de 20%, pour soutenir les petits commerçants locaux, préterités par le confinement. Surprise, au milieu des 180 enseignes proposées – boutiques de vêtements, chocolatiers, opticiens, etc. – figurent Manor et Bon Génie. Ces grands magasins ont-ils besoin de la manne publique?

«Ce sont des entreprises familiales genevoises qui génèrent de l'emploi», se défend Alfonso Gomez, conseiller administratif en charge des Finances. «Nous avons pris ces mesures dans l'urgence. Elles devaient entrer en vigueur le plus rapidement possible pour 'sauver la saison' de Noël et des fêtes car, pour beaucoup de commerces, cela représente jusqu'à 40% de leur chiffre d'affaires annuel.» Raison pour laquelle la Ville a choisi de s'appuyer sur une plateforme internet existante, GenèveAvenue¹. Pour chaque transaction, le site touche une commission, «minime», également prise en charge par la Ville.

Pas de critères sociaux

Le principe est simple. L'acheteur paie 80 francs un bon d'une valeur de 100 francs, la différence étant prise en charge par la municipalité. Le commerce doit être situé sur le territoire de la Ville. Pas l'acheteur. Les magasins alimentaires, restés ouverts, ne sont pas concernés par l'opération. Les théâtres et cinémas non plus. Les enseignes utilisant la monnaie léman, comme la Librairie du Boulevard, bénéficient d'une double subvention. Mais de critères environnementaux ou sociaux, il n'y en a point.

«Merci à la Ville qui va financer 20% de la console Switch qu'on va acheter pour les enfants à Noël et ce dans un magasin plein aux as», ironise un Genevois. Au contraire des petites boutiques du centre-ville, qui parfois n'ont même pas un



Legende. JPDS

site internet, celui du groupe suisse – les propriétaires sont genevois, mais le siège social est à Bâle – a fonctionné à plein durant le confinement.

«C'est une bonne chose d'avoir une variété de commerces»

Anna Vaucher

«S'il avait fallu introduire des différenciations au sein de la plateforme, cela aurait été trop lourd à mettre en place, et ce juste pour écarter quelques magasins, dont les besoins ne sont pas aussi criants. Mais nous avons intégré une composante d'économie sociale et solidaire via le réseau de mon-

naie léman», souligne Alfonso Gomez. «C'est une bonne chose d'avoir une variété de commerces. La Ville n'a pas à poser de jugement de valeur et doit aider le commerce de proximité dans sa globalité», ajoute Anna Vaucher, collaboratrice personnelle du magistrat écologiste.

Gros employeur du canton

«Manor Genève est un des plus importants employeurs du canton, avec un fort ancrage local depuis plus de cinquante ans», rappelle Andreas Richter, chargé de communication de l'enseigne. «Contrairement aux grands distributeurs qui ont pu rester ouverts tout au long de cette période, nous sommes confrontés à des conséquences économiques majeures en rai-

son du *lockdown* et de la baisse de fréquentation.»

Présidente de la Fédération du commerce genevois, Sophie Dubuis ne dit pas autre chose: «L'opération doit profiter à l'ensemble du secteur qui connaît une situation catastrophique. On a vu des grands groupes, qu'on pensait solides, mettre la clé sous la porte ce printemps. Il revient au client de décider dans quel commerce il achète ses bons.»

Secrétaire syndical chez Unia, Pablo Guscetti trouve regrettable qu'un poids lourd du Trade Club, association patronale du commerce de détail, fasse partie de l'opération de la Ville. Il rappelle que Manor a annoncé, en août dernier, 476 licenciements, soit 5% de ses effectifs, dont un certain nombre à Genève.

La Ville de Genève a prévu d'investir jusqu'à 2,5 millions de francs dans l'opération. La semaine passée, le site a vendu 220 000 francs de bons répartis entre cent magasins. Les gagnants? Une librairie indépendante, un petit magasin de jouets, un horloger et un vendeur de cycles, précise Anna Vaucher. «Les gens jouent le jeu. Un même client achète souvent des bons dans plusieurs commerces. Et que Manor fasse de la publicité, en plus de notre campagne de communication, ne fera qu'accroître la visibilité de tous les commerçants présents sur le site.»

¹Le conseil d'administration du site est présidé par [Sébastien Aeschbach](#), directeur de la chaîne de magasins du même nom, dans lequel on retrouve également [Alexandre de Raemy](#), directeur général du groupe Media One (Radio Lac, One FM, etc.).