



UNIL | Université de Lausanne

CREA – Institut de
macroéconomie appliquée

EVALUATION GENERALE DE LA POLITIQUE DE PROMOTION ECONOMIQUE DE LA REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE

Délia Nilles
Tourane Corbière
Aurélien Pillet

Août 2010



EVALUATION GÉNÉRALE
DE LA POLITIQUE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE
DE LA RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE

Délia Nilles
Tourane Corbière
Aurélien Pillet

La République et Canton de Genève a confié à l'Institut Créa de macroéconomie appliquée, de la Faculté des HEC de l'Université de Lausanne, le mandat d'évaluation générale de la politique de sa promotion économique. Nous tenons à remercier Monsieur Pierre-François Unger, Conseiller d'Etat en charge du Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé (DARES), pour la confiance ainsi témoignée à l'égard de l'Institut Créa.

Cette étude n'aurait pas pu être menée à bien sans le concours précieux et constant de nombreuses personnes. Nous tenons à exprimer notre vive reconnaissance et nos remerciements à :

Mesdames Emanuela Dose Sarfatis, Anna-Karina Kolb et Juliette Zurmühle, Messieurs Daniel Loeffler et Jean-Charles Magnin, DARES ;

Madame Tatjana Darany, Fondation pour Genève, Messieurs Jacques Folly, SCom, Jean-Pierre Jobin, Genève Tourisme et Bureau des congrès, Yannic Forney, OCSTAT, Hervé Montfort, OCSTAT, Serge Nouara, FAE, et Pierre-Jean Wipff, HUG ;
sans oublier les chefs et collaborateurs d'entreprises qui ont accepté de nous donner leurs points de vue dans le domaine des conditions-cadres.

Notre gratitude va également à Monsieur Dominique Frei, directeur de l'OCSTAT, qui nous a donné accès à diverses banques de données.

Finalement, nous tenons à préciser que nous sommes bien entendu seuls responsables du produit final.

TABLE DES MATIÈRES

	Pages
OBJECTIFS DU MANDAT ET MÉTHODOLOGIE	1-2
I. OBJECTIFS DE LA PROMOTION ÉCONOMIQUE	3-14
1. Stimuler la création d'entreprises	3-7
1.1 Elaborer un projet de loi visant à créer, par le regroupement d'entités existantes, un seul organisme de conseil en matière de création d'entreprises et redéfinir la mission de la promotion économique endogène et du guichet unique	3-5
1.2 Accélérer l'activité de la FAE	5-6
1.3 Etudier des solutions innovantes pour le développement d'entreprises matures et/ou technologiques	6
1.4 Evaluer et prévoir le renouvellement de la loi sur les incubateurs après 5 ans	7
2. Densifier la politique touristique	7-9
2.1 Concevoir une nouvelle politique cantonale du tourisme	7-8
2.2 Mettre en valeur la marque "Genève"	8-9
2.3 Définir et réaliser un programme d'accueil pour le tourisme de villégiature	9
3. Faciliter l'activité commerciale à Genève et simplifier l'accès du public aux prestations	9-11
3.1 Simplifier l'accès aux prestations	9
3.2 Créer un office du commerce afin de limiter le nombre d'interlocuteurs et d'intermédiaires entre l'administration et les commerçants	9-10
3.3 Réaliser des projets informatiques visant à offrir des prestations d'e-administration	10-11
3.4 Loi-cadre sur le commerce	11

4. Créer de nouveaux pôles économiques d'excellence et valoriser les pôles existants	11-14
4.1 Créer un pôle d'entreprises compétentes et expertes en matière d'instruments et de techniques médicales	11-12
4.2 Créer une association intercantonale et transfrontalière active dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)	12
4.3 Créer un pôle des entreprises actives en matière de développement durable	12-13
4.4 Créer un pôle de compétences en matière de "soft power"	13-14
Conclusion	14
II. IMPACT DES ACTIVITÉS DE PROMOTION ÉCONOMIQUE SUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANTON	15-50
1. L'économie genevoise en général	15-30
1.1 Evolution et branches principales d'activité de l'économie genevoise	15-26
1.2 Comparaison de l'économie genevoise avec l'économie suisse	27-29
1.3 Conclusion	30
2. L'économie genevoise en contact avec la promotion économique	31-50
2.1 Entreprises et emplois en contact avec la promotion économique	32-35
2.2 Domaines d'activité des entreprises en contact avec la promotion économique	36-37
2.3 Valeur ajoutée	38-43
2.3.1 Selon les branches d'activité	38-40
2.3.2 Selon la catégorie d'entreprise et selon la technologie et l'intensité de connaissances	41-43
2.4 Coût de la promotion économique	44-45
2.5 Impact indirect	46-48
2.6 Impact des organisations internationales	48-49
Conclusion	50

III. EVALUATION DE LA DURABILITÉ DES ACTIVITÉS DE LA PROMOTION ÉCONOMIQUE	51-59
1. Introduction	51
2. Méthode	52
2.1 Evaluation de la durabilité des projets	52
2.2 Impacts de la politique des pôles de développement	52
3. Résultats	53-59
3.1 Evaluation point par point de la durabilité des objectifs économiques de la législature 2005-2009	53-59
3.1.1 Stimuler la création d'entreprises	53-54
3.1.2 Simplifier l'accès du public aux prestations	54
3.1.3 Densifier la politique touristique	55
3.1.4 Faciliter l'activité commerciale à Genève	56
3.1.5 Créer des nouveaux pôles économiques d'excellence et valoriser les pôles existants	56-57
3.2 Synthèse de la durabilité des objectifs économiques	57-58
3.3 Impact de la politique de pôles de développement dans le cadre du projet d'agglomération franco-valdo-genevoise	58
Conclusion	58-59
IV. LES CONDITIONS-CADRES	60-68
1. Introduction	60
2. Méthodologie	60-61
3. Analyse et résultats	61-66
Conclusion	66-68
RÉFLEXIONS ET PROPOSITIONS D'AMÉLIORATION	69-73
Annexes 1 à 4	74-84

EVALUATION GÉNÉRALE DE LA POLITIQUE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DE LA RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE

OBJECTIFS DU MANDAT ET MÉTHODOLOGIE

La loi en faveur du développement de l'économie et de l'emploi (LDévEco), du 20 janvier 2000, a pour objectif de favoriser le développement de l'activité économique dans le canton et de créer ou préserver ainsi des emplois. La loi stipule que, une fois par législature, une évaluation générale de la politique de promotion économique est confiée par le Conseil d'Etat à l'Université, le mandat étant élaboré en concertation avec le Conseil stratégique de la promotion économique. Il a ainsi été demandé à l'Institut Créa de l'Université de Lausanne d'évaluer la politique de promotion économique au cours de la période de législature 2005-2009, "*essentiellement au moyen de données existantes et sans élaborer de questionnaire à destination des entreprises*".

Il s'agissait d'analyser les quatre points suivants¹ :

1. Les objectifs de la promotion économique ;
2. L'impact des activités de promotion économique sur le développement économique du canton, à la fois sous l'aspect des emplois et de la valeur ajoutée et sous les aspects du développement durable et du projet d'agglomération ;
3. Les conditions-cadres d'importance majeure pour le développement économique ;
4. Réflexions et propositions d'amélioration.

La première partie analysera les actions mises en place pour atteindre les objectifs de la promotion économique et sera suivie par la partie consacrée à l'impact des actions de la promotion économique en termes de valeur ajoutée et d'emplois. L'évaluation de la durabilité et de l'impact de la politique des pôles de développement sera traitée dans la troisième partie. Finalement la quatrième partie examinera les conditions-cadres. Nous terminerons par quelques pistes de réflexion et propositions d'amélioration à partir des conclusions obtenues pour chacune des parties.

A noter qu'une synthèse des principaux résultats obtenus se trouve dans un document à part accompagnant le présent rapport.

¹ Voir l'annexe 1 pour plus de détails.

Les parties I (analyse des objectifs) et III (durabilité et projet d'agglomération) reposent pour l'essentiel sur la lecture de documents existants – conformément à ce qui est stipulé par le mandat – et sur des entretiens menés avec les acteurs de la promotion économique. La partie II (valeur ajoutée) repose en grande partie sur des calculs propres et la partie IV (conditions-cadres) résulte d'un certain nombre d'entretiens avec des chefs d'entreprise.

L'étude a été effectuée par trois chercheurs :

- la partie sur l'évaluation de la durabilité et sur les pôles de développement a été réalisée par Tourane Corbière, Dr. ès sciences de l'EPFL et chercheur senior à l'Institut des Politiques Territoriales et de l'Ecologie Humaine (IPTEH) de l'Université de Lausanne, sous la direction du Professeur Suren Erkman, directeur de l'IPTEH ;
- les conditions-cadres ont été analysées par Aurélien Pillet, étudiant en Bachelor en sciences économiques de l'Université de Genève ;
- le reste de l'étude a été réalisé par Délia Nilles, Dr. en sciences économiques de la Faculté des HEC de l'Université de Lausanne et directrice-adjointe de l'Institut Créa de macroéconomie appliquée.

Notons encore que la réalisation de l'étude s'est étendue sur environ quatre mois. Nous regrettons ce laps de temps un peu court, car il ne nous a pas permis de pousser plus loin certaines analyses, notamment dans le domaine du développement durable et du projet d'agglomération ou encore dans l'examen de certains objectifs de la promotion économique.

I. OBJECTIFS DE LA PROMOTION ÉCONOMIQUE

La mission du Service de la promotion économique (SPEG) est de favoriser la création de nouvelles entreprises dans le canton, de faciliter le développement des entreprises qui y sont installées et d'inciter les entreprises extérieures à s'y implanter.

La promotion économique endogène repose sur trois piliers : un pilier d'information assuré par le Service de la promotion économique, un pilier d'accompagnement et d'appui, formé par l'OPI² et les incubateurs Ecllosion, Fongit³ et Genilem, et finalement un pilier de financement assuré essentiellement par la Fondation d'aide aux entreprises (FAE) et par la Fondation communale pour le développement des emplois et du tissu économique en Ville de Genève (Fondetec), les trois piliers étant coordonnés par le Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé (DARES), notamment via le groupe de travail Reminno (Réseau Multiple d'Innovation).

Pour la période de législature 2005-2009 un certain nombre d'objectifs économiques ont été fixés⁴ et nous examinerons dans ce qui suit quelles ont été les actions entreprises pour atteindre ces objectifs. Nous avons tenté de traiter chaque point séparément, mais cela n'a pas toujours été possible ou facile, les frontières entre les divers points n'étant pas toujours nettes. Par exemple, il nous a semblé que le point sur la simplification du public aux prestations rejoint en grande partie celui sur la facilitation de l'activité commerciale à Genève.

1. Stimuler la création d'entreprises

1.1 Elaborer un projet de loi visant à créer, par le regroupement d'entités existantes, un seul organisme de conseil en matière de création d'entreprises et redéfinir la mission de la promotion économique endogène et du guichet unique

Le Service du commerce, mis en place le 1^{er} décembre 2007, répond en partie au besoin de mettre sur pied, par le regroupement d'entités existantes, un seul organisme de conseil en matière de création de commerce (voir plus loin le point sur l'activité commerciale).

² Office de Promotion des Industries et Technologies.

³ Fondation Genevoise pour l'Innovation Technologique.

⁴ Voir l'annexe 1.

Le guichet unique PME-PMI⁵ a été renforcé et réorienté dans le but de conseiller et d'accompagner les projets de création et de développement d'entreprises proprement dites. A cet effet, le Service de la promotion économique a édité le *Guide du créateur d'entreprise*, qui présente les principaux aspects en relation avec la création d'entreprise tels que les informations sur les diverses formes juridiques, les locaux, la main-d'œuvre étrangère, la fiscalité, les assurances sociales ou encore le financement et le business plan. En effet, celui qui veut créer son entreprise est confronté à une pléthore de bases légales, de services concernés, d'interlocuteurs, pléthore renforcée d'ailleurs par l'ouverture des frontières. Le désir s'est donc manifesté non seulement de rassembler tous ces éléments légaux et informatifs, mais également de les rendre accessibles à travers un site unique et de simplifier ainsi les contraintes administratives⁶.

Le site du guichet PME-PMI offre ainsi, en ligne, la description étape par étape de la création d'une entreprise. Il est pour le moment avant tout un guide, qui donne les informations essentielles sur les activités réglementées, le choix de la forme juridique, l'administration du personnel, les aides et les organismes d'aide existants, entre autres, et met l'utilisateur en lien avec le portail PME de la Confédération. Le guichet est appelé à évoluer pour répondre à l'objectif de la mise en place de la cyber-administration (ou *e-administration*), voulue par la chancellerie fédérale. Aussi le guichet basculera-t-il dans un avenir proche vers un guichet de création d'entreprise en ligne, relié au SECO (pour les questions sur la TVA, les impôts, etc.). La personne qui voudra créer son entreprise pourra ainsi le faire entièrement à travers un site internet, ce qui implique qu'il n'y aura pour ainsi dire plus de contact direct avec la personne créant son entreprise. On se trouvera ainsi confronté à une certaine déshumanisation dont il s'agira, à notre avis, de bien mesurer les éventuelles conséquences⁷.

Toujours dans le domaine de l'*e-administration*, mentionnons également le guichet universel des manifestations en ligne, créé par le Service du commerce (voir également plus loin le point sur l'activité commerciale).

Au niveau de la promotion économique proprement dite, la législature 2005-2009 a mis l'accent sur la promotion économique endogène, la promotion exogène ayant été moins soutenue, mais plus orientée vers le "haut de gamme". C'est ainsi la qualité plutôt que la quantité qui a été visée, le but étant de promouvoir les entreprises à haute valeur ajoutée ou à

⁵ Le "Guichet PME et créateurs" existe depuis 1998.

⁶ Cette simplification des contraintes administratives est d'ailleurs mise en évidence par les entreprises interrogées sur les conditions-cadres à Genève (voir partie IV).

⁷ Un certain contact humain nous semble indispensable dans ce type d'activité.

forte intensité de connaissances. La partie sur la valeur ajoutée montre que l'objectif a été atteint et que cette politique a porté ses fruits. Les relations se sont renforcées non seulement avec les entreprises en restructuration, mais surtout avec les branches d'activités à forte productivité, à savoir les industries de haute et de moyenne-haute technologie, ainsi qu'avec les services à forte intensité de connaissances⁸.

On ne peut pas non plus négliger les considérations au niveau du coût des deux types de promotion, la promotion endogène demandant plus de moyens financiers (prise en compte du financement du dispositif de soutien aux entreprises dans son ensemble) et de moyens hommes que la promotion exogène. Dans le cadre de la promotion endogène, l'aide financière est fournie aux organismes d'aide aux entreprises tels que la Fondation d'aide aux entreprises et les incubateurs.

La promotion économique exogène s'inscrit également dans le cadre d'une structure commune non exclusive, la Greater Geneva Berne Area (GGBA), mise en place en juillet 2009 par les cantons de Suisse occidentale, dans le but de renforcer l'efficacité de leur promotion économique à travers cette structure commune de prospection et d'acquisition d'entreprises à l'étranger. La GGBA, opérationnelle depuis le 1^{er} janvier 2010, réunit les cantons de la CDEP-SO, à l'exception du Jura, qui rejoint la Basel Area⁹. Bien que les compétences réunies soient à disposition de tous les cantons concernés, chaque canton garde son indépendance au niveau de la conduite stratégique, l'objectif essentiel de la GGBA étant de renforcer la visibilité des cantons en matière de création et d'implantation d'entreprises. Il est bien évidemment trop tôt pour se prononcer sur les effets de la GGBA, mais il nous semble judicieux de créer un lien, dans ce cadre-là, entre les actions de la GGBA et celles d'autres domaines comme, par exemple, celles du Groupe de coordination des activités promotionnelles de Genève (GCAPG)¹⁰.

1.2 Accélérer l'activité de la FAE

Dans le domaine de l'aide financière aux PME localisées dans le canton, c'est la Fondation d'aide aux entreprises (FAE), entrée en fonction le 1^{er} juillet 2006, qui joue le rôle le plus important, de par les moyens financiers qui lui sont alloués par l'Etat, soit environ 8-9

⁸ Voir la partie sur la valeur ajoutée.

⁹ Pour des raisons de proximité.

¹⁰ Ce groupe réunit tous les acteurs marketing de la promotion économique de Genève.

millions au cours des trois dernières années¹¹. Les engagements accordés par la FAE se répartissent entre crédits cautionnés, participations et avances de liquidités, l'engagement moyen s'élevant à 8-10 millions, selon la FAE. Pour faire face aux effets de la crise financière et économique en 2008-2009, la loi modifiant la loi sur l'aide aux entreprises (mesures de lutte contre la crise) est entrée en vigueur en mai 2009 et a permis à la FAE d'élargir ses prestations, grâce à une dotation supplémentaire accordée par l'Etat de Genève¹². Combinée au cautionnement fédéral par l'intermédiaire de la Coopérative romande de cautionnement-PME, CRC-PME (créée en juillet 2007), elle a permis à la FAE de répondre à une forte hausse (+10%) des demandes en 2009, suite aux difficultés auxquelles les PME ont dû faire face en 2008-2009. La nouvelle intégration de la FAE dans le cautionnement fédéral par l'intermédiaire de la CRC-PME permettra à l'avenir de répondre à plus de demandes et de répartir les engagements entre la Confédération et le canton de Genève, sans augmenter l'enveloppe budgétaire de ce dernier. L'intégration de la FAE dans le cautionnement fédéral par l'intermédiaire de la Coopérative romande de cautionnement-PME, CRC-PME, s'inscrit dans les objectifs de la promotion endogène.

1.3 Etudier des solutions innovantes pour le développement d'entreprises matures et/ou technologiques

En janvier 2009 fut créée une plateforme de rencontres et d'échanges dans le domaine de l'innovation, afin de rassembler les compétences présentes à Genève et aussi dans la région lémanique (Lake Geneva Region). Cette plateforme est dédiée à la démarche dite "ouverte" en matière d'innovation (open innovation) des entreprises les plus compétitives. Elle vise à mettre en relation les entreprises multinationales, qui disposent d'une connaissance approfondie du marché et d'un réseau international, avec les entreprises locales innovantes à la recherche de débouchés. En effet, les entreprises multinationales sont à la recherche d'innovation de rupture pour pouvoir assurer les taux de croissance demandés par leurs actionnaires et les entreprises locales sont à la recherche de nouvelles opportunités d'affaires. Ainsi la mise en relation de ces acteurs permet de créer une relation gagnant-gagnant. Vu la forte valeur ajoutée des secteurs innovants (industries à haute technologie), les pouvoirs publics ont décidé de promouvoir l'open innovation, afin de maintenir les conditions-cadres attractives pour ces entreprises multinationales. Les opérations de promotion d'image à travers la Lake Geneva Region ont été multipliées en conséquence.

¹¹ Les autres organismes étant la Fondation communale pour le développement des emplois et du tissu économique en Ville de Genève (FONDETEC) et le Microcrédit Solidaire Suisse.

¹² Politique volontariste du Conseil d'Etat.

1.4 Evaluer et prévoir le renouvellement de la loi sur les incubateurs après 5 ans

Cette base légale n'est plus nécessaire du fait de l'entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2006 de la loi sur les indemnités et les aides financières et des lois spécifiques à chaque incubateur, incluant un contrat de prestations conclu pour quatre ans entre l'Etat et l'organisme concerné.

2. Densifier la politique touristique

2.1 Concevoir une nouvelle politique cantonale du tourisme

Le tourisme à Genève est actuellement géré à trois niveaux : Etat de Genève – Fondation pour le Tourisme – Genève Tourisme & Bureau des congrès (GT&BC). La Fondation pour le Tourisme est une fondation de droit privé et Genève Tourisme & Bureau des congrès est une association privée, jugée d'utilité publique. Selon la loi sur le tourisme du 24 juin 1993, toute activité commerciale appartenant au périmètre de la ville est considérée comme bénéficiaire du tourisme et à ce titre un certain nombre de taxes sont prélevées par l'Etat. Avec la révision de la loi sur le tourisme, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2007, le rôle et les compétences de la Fondation pour le Tourisme ont été accrus en vue de renforcer la politique touristique. La Fondation reçoit et gère le produit des taxes de séjour et de tourisme¹³ (12-14 millions par année), attribue les fonds nécessaires à GT&BC, après approbation d'un plan de marketing remis par ce dernier, conclut avec GT&BC un contrat de prestations et décide de l'octroi d'une aide financière à des projets (privés ou publics) en faveur du développement du tourisme. Un contrat de prestations a été signé en novembre 2008 entre la Fondation pour le tourisme et GT&BC et porte sur les années 2009-2012. Il définit l'allocation des ressources pour les activités de GT&BC et introduit des indicateurs de performance, pour mesurer l'efficacité des actions en matière touristique, GT&BC ayant trois missions : la promotion touristique, l'accueil et l'information touristique et l'animation touristique, le prestataire étant toutefois la Ville de Genève.

La loi modifiée introduit ainsi trois changements : 1) simplification au niveau des taxes qui ne sont désormais plus que de deux sortes, 2) mise sur pied du "concept du tourisme genevois" et 3) notion de contrat de prestations entre la Fondation du Tourisme et GT&BC, mais aussi entre l'Etat et la Fondation pour le Tourisme, l'Etat accordant depuis peu également

¹³ Avant l'actuelle loi, les taxes étaient plus nombreuses.

une subvention de 485'000 francs par an à la Fondation, afin de lui permettre de couvrir une partie de ses frais de fonctionnement¹⁴.

Ces développements vont tous dans le sens d'une nouvelle politique cantonale en matière de tourisme.

2.2 Mettre en valeur la marque "Genève"

En 2006, l'ancien Office du tourisme de Genève s'est transformé en Genève Tourisme & Bureau des congrès (GT&BC), afin de mieux renforcer l'attractivité de Genève en tant que destination de loisirs et d'affaires, le Bureau des congrès répondant justement aux besoins dans le domaine de l'organisation des congrès nationaux et internationaux qui se déroulent à Genève. En effet, presque environ 50% des touristes à Genève sont soit des touristes d'affaires soit des touristes en lien avec les nombreux congrès ayant lieu à Genève. Or, c'est en particulier dans ce domaine que la concurrence internationale est rude et qu'il s'agit de déployer beaucoup d'efforts pour maintenir ce type de clientèle touristique. Les actions de GT&BC vont dans ce sens.

En outre, grâce à une réorganisation en 2008, GT&BC s'est attaché à promouvoir le tourisme à Genève de manière plus efficace, en créant un département "Administration", un service "Incoming" couvrant tous les arrangements terrestres, un département "Communication" et un département "Manifestations", entre autres.

En collaboration avec GT&BC, la Fondation du Tourisme a élaboré le concept du tourisme de Genève à l'horizon de 2015¹⁵. Une étude sur le tourisme d'affaires¹⁶ et une autre plus générale¹⁷ ont confirmé qu'il fallait donner à Genève une identité plus marquée qui lui permette de se distinguer par rapport à des villes concurrentes. Des orientations stratégiques ont été définies dans les domaines tels que l'art de vivre, le divertissement, la nature et le paysage, l'histoire, le patrimoine, la ville internationale et la qualité de vie. Genève dispose de la plupart de ces atouts, mais ils sont trop peu connus. Le concept se base sur une collaboration accrue entre les divers acteurs concernés par le tourisme et prend en compte la

¹⁴ La subvention est toutefois limitée dans le temps.

¹⁵ *Concept du Tourisme de Genève, Vision 2015*, Fondation pour le Tourisme et Genève Tourisme & Bureau des congrès, 2007.

¹⁶ *A Syndicated Study of the International Convention Market in Europe - Geneva Report*, Etude Europoll, mars 2005.

¹⁷ *Comment construire une réelle identité pour Genève ? Perception et Analyse*, Etude de notoriété réalisée par Millward Brown, juillet 2007.

composante de développement durable dans les domaines économique, social et environnemental.

2.3 Définir et réaliser un programme d'accueil pour le tourisme de villégiature

Depuis 2008, le département "Promotion & Ventes" a pour objectif de promouvoir Genève en tant que destination de villégiature, en concentrant ses efforts sur un certain nombre de marchés loisirs considérés comme prioritaires pour Genève¹⁸ et en se focalisant sur des approches thématiques telles que la gastronomie, la culture, le shopping, le bien-être, les manifestations, entre autres. La promotion se fait, p.ex., dans le cadre de participations à des foires ou à d'autres événements touristiques.

3. Faciliter l'activité commerciale à Genève et simplifier l'accès du public aux prestations

3.1 Simplifier l'accès aux prestations

Nous avons déjà mentionné plus haut le guichet PME-PMI avec son *Guide du créateur d'entreprise* qui vont dans le sens d'une simplification de l'accès aux prestations et aux informations.

3.2 Créer un office du commerce afin de limiter le nombre d'interlocuteurs et d'intermédiaires entre l'administration et les commerçants

Afin de faciliter l'activité commerciale à Genève, le service du commerce, SCom, fut mis en place le 1^{er} décembre 2007. Le processus pour la création du service du commerce a débuté en décembre 2005 avec la nouvelle répartition des départements accompagnant la législature 2005-2009, le Service des autorisations et patentes (SAP) se rattachant au DES. Après quelques étapes intermédiaires¹⁹, le SCom est né de la fusion entre le Service des autorisations et patentes (SAP) et de l'Office cantonal de l'inspection du commerce (OCIC). Le SCom permet de limiter le nombre d'interlocuteurs et d'intermédiaires entre l'administration et les commerçants, en regroupant en un seul lieu l'ensemble des compétences qui sont nécessaires pour régler toutes les démarches administratives auxquelles est confronté le futur ou actuel commerçant.

¹⁸ Moyen-Orient, Chine, Brésil, Inde, Asie, Russie, Europe de l'Est et de l'Ouest, entre autres.

¹⁹ D'abord un transfert des activités du Service des autorisations et patentes (SAP) vers l'Office cantonal de l'inspection du commerce (OCIC), le 1^{er} décembre 2006, et ensuite la fusion complète.

Avec la création du SCom, l'ensemble des procédures ont été simplifiées, le SCom regroupant en un guichet unique toutes les prestations liées aux activités commerciales, en particulier les autorisations et les contrôles. Les formulaires existants nécessaires pour exercer une activité commerciale ont été mis à jour, standardisés et simplifiés, d'autres ont dû être créés. Avec le guichet unique, les procédures ont été raccourcies, impliquant également une approche plus pragmatique des collaborateurs du SCom, ces derniers étant désormais moins spécialisés sur les divers dossiers à traiter.

A noter également que le SCom se trouve à côté de l'Office cantonal de la population. Cette proximité est voulue, dans le but de pouvoir régler sur place également les demandes en relation avec les permis ou autorisations de travail et de séjour.

Finalement, on peut mentionner que le regroupement de deux services en un même lieu a permis des économies d'échelle, qui sont toutefois difficilement chiffrables à l'heure actuelle, des ajustements étant encore nécessaires.

3.3 Réaliser des projets informatiques visant à offrir des prestations d'e-administration

Au moment de sa création, le SCom fut également le préalable à d'autres projets tels que la rédaction d'une loi-cadre sur le commerce et le développement d'un guichet universel pour les manifestations. Entre-temps, le guichet universel pour les manifestations a été mis en place, est devenu opérationnel et inclut une composante entièrement électronique. En effet, les demandes pour diverses manifestations peuvent être soumises en ligne et le site du SCom permet ensuite au client de suivre l'état d'avancement de sa demande. A côté de la demande en ligne existe cependant toujours la possibilité de soumettre sa demande sur papier. Du côté du SCom, ceci demande un travail administratif supplémentaire, car il faut d'abord un contrôle visuel de chaque formulaire soumis, ensuite il faut gérer la demande d'autorisation même et la diffuser dans les divers services concernés par la manifestation prévue (p.ex. police et transports publics). Le temps de traitement des dossiers a néanmoins pu être raccourci et, au lieu des 2'000 demandes sur papier traitées par année jusque là, on arrive désormais à environ 3'000-4'000, selon les premières estimations du SCom.

En lien avec le guichet universel des manifestations en ligne, d'autres développements sont en cours, tels que le paiement en ligne des taxes, mais cela demande une réforme de l'échelle

des émoluments, ces derniers étant fixés selon le type d'autorisation délivrée pour une manifestation.

3.4 Loi-cadre sur le commerce

Quant au projet d'une loi-cadre sur le commerce, il a été initié en 2009, avec un code du commerce, mais pour le moment ce projet n'a pas avancé, témoignant peut-être d'un manque d'enthousiasme des milieux concernés.

4. Créer de nouveaux pôles économiques d'excellence et valoriser les pôles existants

4.1 Créer un pôle d'entreprises compétentes et expertes en matière d'instruments et de techniques médicales

Depuis 2002, Unitec²⁰ est, entre autres, également au service des chercheurs des Hôpitaux universitaires de Genève, HUG, pour les aider dans le processus de transfert de technologies, l'accent étant mis sur la valorisation des découvertes réalisées par la communauté des chercheurs HUG. Les HUG ont toutefois ressenti le besoin de structures qui puissent créer un lien entre les entreprises dans le domaine médical et guider les collaborateurs dans le processus de l'innovation, du début du projet jusqu'à la valorisation des résultats obtenus. Les HUG ont ainsi créé en octobre 2009 un poste de coordinateur de l'innovation²¹ dont l'objectif est de réguler et de standardiser les pratiques médicales, voire administratives, au sein des hôpitaux universitaires. D'abord mise en place pour les besoins des HUG, en l'occurrence pour le personnel porteur de projet et en attente d'un coup de main, la structure a vite été amenée à répondre également à des demandes ou projets venant de l'extérieur, et cela suite à des publications dans la presse locale.

Les projets pris en charge par la structure sont concentrés dans les domaines des technologies médicales, des données patients ou encore de validation de nouvelles technologies. Les HUG sont devenus le point d'ancrage pour toutes ces demandes. Les mises en relation sont semblables aux structures de coaching et d'entrepreneuriat dans d'autres domaines. Une fois un projet déposé, le but de la structure est de gagner en efficacité en identifiant d'abord les acteurs concernés par le projet, en les mettant ensuite en relation et finalement en coordonnant les différentes compétences, afin d'accélérer le processus de mise

²⁰ Service créé en 1999 par l'Université de Genève pour valoriser les découvertes générées par la communauté des chercheurs.

²¹ Poste mis au concours en mars 2009.

en œuvre du projet et de créer des synergies. Il ne s'agit pas d'un pôle à proprement parler, mais plutôt d'une structure de mise en relation qui concerne l'innovation en milieu hospitalier aussi bien dans le domaine des techniques médicales que dans celui des instruments médicaux. Le but premier est donc la volonté d'innover.

4.2 Créer une association intercantonale et transfrontalière active dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)

Dans le cadre de la nouvelle politique régionale (NPR) 2008, les cantons de Suisse occidentale ont mis sur pied une politique de promotion des clusters, dans le but de valoriser les potentiels économique, technologique et industriel des cantons concernés dans ces domaines d'activités, tant au niveau régional qu'au niveau international. Au départ, trois axes prioritaires dans des secteurs à haute valeur ajoutée ont été définis et trois plateformes ont été créées. Elles sont dédiées aux sciences de la vie, aux micro- et nanotechnologies et aux technologies de l'information et de la communication. Ainsi, le SPEG participe de manière active au développement de BioAlps, le cluster des biotechnologies. L'association BioAlps, a été créée en 2003. Une quatrième plateforme, en cours d'élaboration et de finalisation, sera consacrée aux "cleantechs".

Conformément à cette nouvelle politique régionale, le cluster Alp ICT (Lake Geneva ICT Cluster) a été mis en place en 2009 par les cantons de Suisse occidentale²² et par le SECO²³. Ce pôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) a comme objectif de promouvoir les acteurs du domaine des NTIC non seulement au niveau de la région, mais également au niveau international, en créant des liens entre les scientifiques, les acteurs économiques et les milieux politiques, le public cible étant les start-up, les PME, les instituts académiques et les multinationales. C'est la Conférence des Départements de l'Economie publique de Suisse Occidentale (CDEP-SO) qui gère et guide cette plateforme et le canton de Genève en est le responsable jusqu'en 2011.

4.3 Créer un pôle des entreprises actives en matière de développement durable

En plus des trois plateformes prioritaires mentionnées plus haut, la CDEP-SO a exprimé sa volonté de promouvoir une plateforme dans le domaine des technologies environnementales

²² Berne, Fribourg, Genève, Jura, Neuchâtel, Valais et Vaud.

²³ Secrétariat d'Etat à l'économie.

et de l'énergie et de créer un pôle dédié aux cleantechs, une étude²⁴ ayant mis en évidence la faisabilité et également l'opportunité d'un tel pôle. Dès lors, la CDEP-SO a annoncé, en décembre 2009, la création de cette plateforme intercantonale de promotion des cleantechs, toujours dans le but de positionner la Suisse occidentale sur le plan international, également dans ce domaine-là. L'objectif de ce cluster est de soutenir les entreprises offrant des technologies propres et d'assurer leur visibilité au niveau national et international. Le lancement officiel de la plateforme a eu lieu le 1^{er} juin 2010.

4.4 Créer un pôle de compétences en matière de "soft power"

Dans le domaine du positionnement international de Genève, la *Fondation pour Genève*, organisation privée créée en 1976, contribue par ses actions à l'ouverture de Genève sur le monde. La Fondation a décidé en 2006-2007 de renforcer et de réactiver un certain nombre de ses objectifs de départ. Les deux législatures couvrant les années 2002-2009 ont permis, par leurs efforts et leur travail de relation d'attirer des entreprises internationales à Genève, en plus des organisations internationales gouvernementales et non gouvernementales. La Fondation a estimé qu'il fallait également intégrer dans son action le secteur international privé, dont les retombées directes sur l'économie genevoise (en termes de valeur ajoutée) sont finalement plus importantes que celles des organisations internationales. La Fondation s'est donc attachée à s'approcher un peu plus des directeurs et collaborateurs du secteur privé international, en rendant leur séjour aussi agréable que possible et en essayant de mieux les intégrer dans la vie culturelle, sportive et autre. Il est en effet apparu que les responsables de ces entreprises ne se sentent pas assez intégrés dans certains événements, en particulier culturels et artistiques²⁵. La Fondation offre, entre autres, également une plateforme qui facilite les échanges entre les patrons de ces entreprises internationales.

Les entreprises internationales et les organisations internationales à Genève constituent ou du moins sont perçues comme deux milieux assez différents. Il s'agira d'essayer de les décloisonner en encourageant les relations entre les acteurs concernés. A cet effet, le Club Diplomatique de Genève, créé en 1976, œuvre depuis 2008 sous l'égide de la Fondation pour Genève, avec comme but non seulement de favoriser les relations entre la communauté internationale et l'Etat, mais également de créer une passerelle entre les entreprises et les organisations internationales, ce qui permet d'ailleurs à Genève de se distinguer par rapport à d'autres villes.

²⁴ Mandatée par la CDEP-SO.

²⁵ Voir à ce sujet également la partie sur les conditions-cadres.

De nouveaux centres de compétences sont apparus et il s'agit de les présenter et surtout de les mettre en valeur à travers une meilleure communication, non seulement au niveau suisse, mais également au niveau international. Ceci est un autre objectif de la Fondation pour Genève et pour cela elle a fait prendre à l'*Observatoire* un nouvel élan et une nouvelle orientation en 2007. L'*Observatoire*, créé en 1998, fut longtemps une plateforme d'analyses et d'idées pour le développement de la Genève internationale. Bien que son objectif soit toujours le même, l'*Observatoire* veut désormais présenter autrement la Genève internationale et cela en particulier sous l'axe de la gouvernance mondiale, car Genève n'est plus seulement le berceau de l'humanitaire. La gouvernance des affaires a changé à travers le monde et on assiste nouvellement à l'entrée des grandes entreprises, des ONG et de la société civile dans la gouvernance des affaires du monde. C'est ce qu'on appelle désormais la "soft gouvernance". Dès lors Genève doit faire face aux enjeux que cela implique et tirer avantage de la présence sur ses terres de tous les organismes et entreprises internationaux et de ses relations internationales tissées par le passé, pour se positionner en tant que lieu de rencontre international. Mais, pour cela il faut rassembler les forces en présence et les réunir pour se présenter en tant qu'entité. Depuis son nouvel essor de 2007, l'*Observatoire* s'est donc attaché à mettre l'accent sur la "soft gouvernance", en publiant ses premiers Cahiers de l'Observatoire sur ce sujet et en organisant des conférences autour de ce thème.

La Fondation pour Genève, à travers son *Observatoire*, se propose également d'améliorer la vision régionale et veut aller dans la direction d'un observatoire lémanique, avec une attention particulière portée au pôle d'excellence "finance et développement".

CONCLUSION

Au vu des développements ci-dessus, on peut conclure que les objectifs fixés pour la législature sous revue ont en grande partie été atteints. L'efficacité de la promotion économique se trouve renforcée, car la plupart de ses objectifs tendent vers une simplification des procédures ou des mises en contact (guichet unique PME, guichet unique pour les activités commerciales) et se développent dans la direction de la cyber-administration (e-administration) voulue par la Berne fédérale. D'autres objectifs consistent à renforcer des politiques existantes dans le domaine du tourisme ou dans celui des pôles de compétences, afin de maintenir et développer les atouts de Genève dans ces domaines.

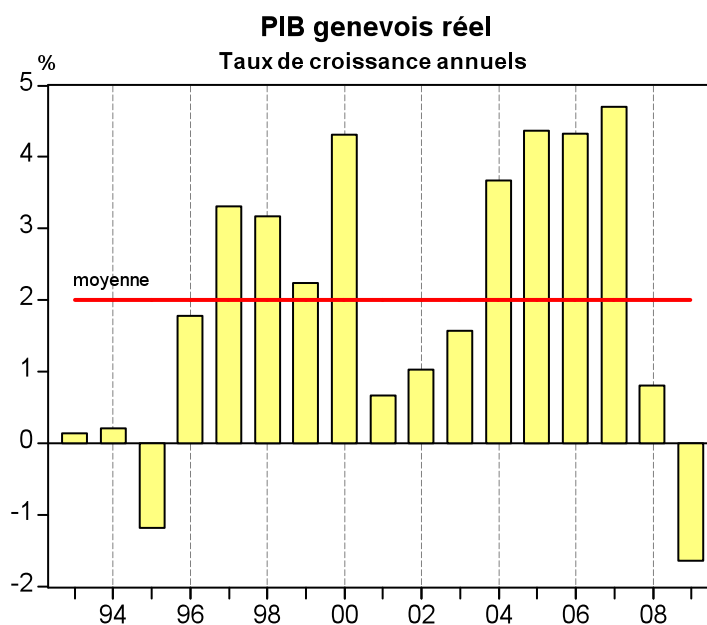
II. IMPACT DES ACTIVITÉS DE PROMOTION ÉCONOMIQUE SUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANTON

1. L'ÉCONOMIE GENEVOISE EN GÉNÉRAL

Nous commençons par décrire l'évolution de l'économie genevoise dans son ensemble sur une longue période (1992-2009) et souligner quelques-unes de ses caractéristiques qui la distinguent de l'économie suisse. En effet, il nous a semblé intéressant et utile de dresser le portrait de l'économie genevoise, puisque c'est dans ce cadre-là que s'inscrivent les activités des entreprises en contact avec un organisme de la promotion économique.

1.1 Evolution et branches principales d'activité de l'économie genevoise

Le graphique suivant illustre l'évolution du produit intérieur brut, PIB, du canton de Genève au cours de la période 1992-2009²⁶ et compare les taux de croissance annuels du PIB, en termes réels, au taux de croissance annuel moyen de long terme²⁷ qui s'élève à 2%. L'économie genevoise a connu une croissance supérieure à la moyenne au cours des années 1997-2000 et 2004-2007 et inférieure à la moyenne au cours des années 1992-1996, 2001-2003 et 2008-2009, ces deux dernières années étant marquées par la chute des activités économiques déclenchée par la crise financière internationale (voir le tableau 1).



²⁶ Pour une description plus détaillée concernant la méthode d'estimation du PIB genevois, voir D. Nilles et C. Sfreddo, "Estimation du PIB du canton de Genève", in *Etudes et documents*, Office cantonal de la statistique (OCSTAT), Genève, février 2010.

²⁷ Mesuré par une moyenne géométrique sur la période 1992-2009.

Le retournement conjoncturel s'est produit au cours du 2^e trimestre de 2008, car c'est à ce moment-là que la croissance sous-jacente, mesurée par les taux de croissance entre un trimestre et le trimestre précédent (t-1), est devenue négative, tandis que le taux annuel, mesuré par les taux de croissance entre un trimestre et le même trimestre de l'année précédente (t-4), a ralenti au 2^e trimestre avant de devenir négatif au 3^e trimestre (tableau 2).

Tableau 1

PIB genevois réel : taux de croissance annuels

1993	0.1	} 0.5
1994	0.2	
1995	-1.2	
1996	1.8	} 3.3
1997	3.3	
1998	3.2	
1999	2.2	} 4.3
2000	4.3	
2001	0.7	
2002	1.0	} -0.4
2003	1.6	
2004	3.7	
2005	4.4	} 4.3
2006	4.3	
2007	4.7	
2008	0.8	} -0.4
2009	-1.6	
moyenne	2.0	

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

Tableau 2

PIB genevois réel : taux de croissance trimestriels

	t/t-4	t/t-1
2007.1	3.7	1.8
2007.2	5.0	1.6
2007.3	4.9	0.8
2007.4	5.2	0.8
2008.1	3.5	0.3
2008.2	1.6	-0.4
2008.3	-0.1	-0.7
2008.4	-1.6	-0.9
2009.1	-3.9	-1.9
2009.2	-2.7	0.7
2009.3	-1.0	1.1
2009.4	1.0	1.1

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

La description de l'évolution des branches principales d'activité au cours de la période 1992-2009 donne une idée sur les caractéristiques et changements structurels que l'économie genevoise a connus au cours des années sous revue.

Les tableaux et graphiques qui suivent donnent l'évolution sur une longue période des branches principales d'activité économique composant le PIB genevois. Le graphique 2 montre que quatre branches représentent à elles seules plus de 70% du PIB genevois, à savoir, dans un ordre croissant, la branche des services aux entreprises²⁸ avec 11,2%, celle du commerce, y compris le négoce²⁹, avec 15%, celle de l'éducation, santé, service public et para-public avec 21,8% et celle de la finance, y compris les assurances, avec 22%³⁰. Ces chiffres montrent que la branche des activités financières et assurances ("finance") atteint une part moyenne équivalente à celle de ce que nous appellerons par la suite "service public"³¹, en l'occurrence 22% et 21,8% respectivement. A noter également que les activités d'assurances représentent en moyenne 10% de la branche finance retenue ici.

Certaines branches sont plus stables que d'autres à travers le temps. Ainsi, les parts du commerce, des services aux entreprises et du service public fluctuent dans une fourchette assez étroite autour de leur moyenne de long terme, alors que la part des activités financières peut s'écarter nettement de sa valeur moyenne. Concernant la branche des activités financières, il ressort du tableau 3 qu'elle s'est développée plus fortement vers le milieu des années quatre-vingt-dix, la part de sa valeur ajoutée dans le PIB passant de 15,2% en 1992 à plus de 20% dès 1996. Depuis lors, cette part n'est plus redescendue au-dessous de 20%, même pendant les années de crise 2008-2009.

²⁸ Ces services, achetés par les entreprises, incluent les conseils et assistances, les activités juridiques et comptables ainsi que la location de véhicules, entre autres.

²⁹ Dans la classification NOGA60, le négoce de matières premières fait partie de la branche "commerce de gros et de détail". Or, de par la nature de ses activités et de par l'importance qu'il revêt pour l'économie genevoise (plus de 6'000 emplois selon le GTSA, *Geneva Trading & Shipping Association*), le secteur du négoce devrait sans doute être traité à part dans le PIB genevois. Cependant les chiffres concernant ce secteur, en particulier ceux nécessaires pour calculer sa valeur ajoutée, sont difficilement vérifiables et estimables. Pour le lecteur intéressé, voir l'article *Ce que le secteur du négoce rapporte déjà à Genève*, paru dans l'AGEFI, édition du 25 février 2010.

³⁰ Il s'agit ici de parts moyennes sur l'ensemble de la période 1992-2009.

³¹ Administrations publiques, assurances sociales publiques, enseignement public, santé, culture et sport.

Tableau 3
Valeur ajoutée brute par activité économique : part dans le PIB (%)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	moyenne
1	1.2	1.1	1.0	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7	0.7	0.6	0.6	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.7
2	3.5	3.3	3.4	3.4	3.2	3.0	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.9	1.8	2.5
3	2.0	1.9	1.9	1.8	1.7	1.8	1.8	1.9	1.9	2.2	2.3	2.3	2.4	2.5	2.7	2.7	2.8	2.7	2.2
4	2.0	2.0	2.1	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.5	1.5	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.8
5	2.4	2.5	2.9	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.2	3.3	3.4	3.4	3.4	3.8	4.0	4.1	4.5	4.3	3.4
6	5.4	4.8	4.8	4.5	4.0	3.5	3.4	3.5	3.7	3.9	3.9	3.8	3.7	3.8	3.7	3.6	3.7	3.9	4.0
7	3.0	2.9	3.2	3.3	3.0	2.9	2.8	2.9	2.9	3.0	2.6	2.5	2.3	2.2	2.2	2.2	2.3	2.4	2.7
8	16.7	15.5	15.2	15.3	14.6	14.3	14.2	14.4	14.0	14.8	15.2	15.1	14.9	14.7	14.5	14.4	15.4	16.1	15.0
9	3.4	3.0	2.9	3.1	2.9	2.7	2.7	2.7	2.6	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.3	2.2	2.6
10	4.6	4.2	4.0	4.0	4.0	3.8	3.7	3.3	3.2	3.3	3.4	3.4	3.3	3.2	3.2	3.1	3.2	3.4	3.6
11	1.6	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	2.0	1.8	1.6	1.5	1.5	1.4	1.3	1.4	1.5
12	15.2	19.4	18.5	17.5	20.1	22.9	23.8	24.0	25.9	22.7	22.3	23.5	23.8	24.3	24.7	25.4	22.6	20.2	22.0
13	4.8	4.6	4.6	4.7	4.6	4.4	4.5	4.5	4.3	4.4	3.9	3.8	3.8	3.7	3.7	3.6	3.8	3.9	4.2
14	10.5	10.6	11.4	11.6	11.6	11.3	11.3	11.5	11.1	11.7	11.4	10.5	11.0	11.0	11.1	11.1	11.7	11.6	11.2
15	22.9	21.7	21.7	22.1	21.8	21.2	21.1	20.8	20.2	21.3	22.0	22.5	22.4	22.1	21.9	21.4	21.7	23.3	21.8
16	0.9	0.8	0.8	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8

1	Secteur primaire	9	Hôtellerie & Restauration
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	10	Transports
3	Chimie	11	Postes et télécommunications
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	12	Finance (y compris assurances)
5	Horlogerie	13	Activités immobilières
6	Construction	14	Services aux entreprises, activités informatiques
7	Autres industries	15	Education, santé, service public et para-public
8	Commerce (y compris négoce)	16	Autres services

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois³⁴.

³⁴ Voir l'annexe 2 pour le détail des branches d'activité principales.

Tableau 4**Valeur ajoutée brute par activité économique : part moyenne dans le PIB (%)**

		1992-2009	1992-1999	2000-2009
1	Secteur primaire	0.7	1.0	0.5
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	2.5	3.1	2.0
3	Chimie	2.2	1.8	2.5
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	1.8	2.0	1.6
5	Horlogerie	3.4	2.9	3.7
6	Construction	4.0	4.2	3.8
7	Autres industries	2.7	3.0	2.5
8	Commerce (y compris négoce)	15.0	15.0	14.9
9	Hôtellerie & Restauration	2.6	2.9	2.4
10	Transports	3.6	4.0	3.3
11	Postes et télécommunications	1.5	1.5	1.5
12	Finance (y compris assurances)	22.0	20.2	23.5
13	Activités immobilières	4.2	4.6	3.9
14	Services aux entreprises, activités informatiques	11.2	11.2	11.2
15	Education, santé, service public et para-public	21.8	21.7	21.9
16	Autres services	0.8	0.8	0.7

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

Ces développements sont en partie confirmés par les deux tableaux suivants qui donnent les taux de croissance, en termes réels, pour les années 1992-2009 (tableau 5) ainsi que pour les deux sous-périodes (tableau 6). Sur l'ensemble de la période 1992-2009, la chimie, l'horlogerie et la finance enregistrent des taux de croissance moyens supérieurs à celui du PIB dans son ensemble.

C'est l'industrie chimique qui a enregistré des taux de croissance particulièrement élevés au cours de la période 2000-2009, le taux de croissance moyen passant de 2,2% au cours de la période 1992-1999 à 7,9% au cours des années 2000-2009 (tableau 6). L'horlogerie a atteint des taux de croissance moyens élevés dans chaque sous-période, même si le taux moyen s'est légèrement affaibli au cours de la période 2000-2009. Les postes et télécommunications sont également parmi les branches qui enregistrent les taux de croissance les plus élevés, mais leur poids dans le total est parmi les plus bas. La branche de la finance est extrêmement volatile³⁵ et fluctue beaucoup en fonction de la conjoncture. Son taux de croissance moyen en 2000-2009 (0%) est influencé par la forte chute des activités financières en 2008-2009³⁶.

³⁵ A des taux de croissance positifs très élevés peuvent suivre des taux de croissance négatifs très bas et inversement, comme ce fut le cas, par exemple, en 2000-2001 et en 2007-2009.

³⁶ Si l'on exclut ces deux années, le taux de croissance moyen atteint 3,3%.

Tableau 5

Valeur ajoutée brute par activité économique : taux de croissance réels (%)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	moyenne
1	-4.6	-5.6	4.9	-0.6	-4.9	2.9	-1.7	-1.4	-6.0	-1.4	-7.1	17.8	-9.9	4.9	-4.7	-8.4	4.7	-1.4
2	-2.0	3.7	-0.8	-1.9	-0.1	-3.1	-2.7	-4.7	-3.3	-3.6	-1.9	-0.7	0.1	0.7	1.7	2.7	-5.8	-1.3
3	-0.3	1.7	-3.9	0.4	5.8	7.4	4.8	13.7	15.1	14.0	4.0	7.5	10.3	12.5	8.2	3.9	-3.0	5.9
4	4.5	7.2	5.6	0.1	-0.6	-3.4	-4.1	-0.6	-1.4	-2.8	-0.8	4.0	4.6	6.1	6.4	7.5	-3.3	1.6
5	11.0	14.9	9.8	3.5	3.8	0.4	1.1	7.0	3.4	2.5	1.9	2.7	14.8	9.9	8.4	10.4	-4.6	5.8
6	-5.1	-1.4	-5.4	-7.1	-6.2	1.8	2.2	6.2	2.1	5.4	1.7	-0.7	2.7	0.1	-0.7	3.7	3.8	0.1
7	0.1	6.8	3.3	-5.9	1.3	-0.5	7.4	3.2	6.5	-10.0	-3.3	-3.1	3.7	3.3	4.6	4.0	4.1	1.4
8	-4.7	-3.1	0.3	-2.2	2.1	2.0	2.3	1.4	5.8	4.1	1.0	0.8	1.7	2.5	4.6	7.7	3.3	1.7
9	-10.3	-7.1	-1.9	-2.4	-4.0	1.3	0.3	2.3	2.8	-4.2	-5.6	-1.3	1.7	2.9	3.1	2.3	-6.3	-1.6
10	-3.8	-2.9	-3.3	2.1	-0.6	-0.4	-12.2	6.6	2.9	5.1	1.3	3.8	-1.4	2.2	1.3	3.0	0.3	0.1
11	3.7	-4.5	-3.1	5.4	7.3	11.8	9.9	22.1	8.8	34.7	-5.0	-8.0	4.4	13.6	3.1	-0.8	2.3	5.8
12	12.2	0.7	-7.0	10.2	10.6	6.8	4.5	9.7	-10.6	-1.6	6.7	9.1	8.0	5.0	8.2	-11.2	-10.3	2.7
13	-1.8	0.4	0.3	1.8	0.1	5.8	0.7	-1.9	-0.4	-9.5	1.4	-0.1	0.8	1.6	2.1	4.9	-1.7	0.2
14	1.0	4.9	0.0	2.4	1.0	2.4	0.7	1.0	4.8	-2.6	-7.6	6.8	3.6	5.2	5.4	6.3	-4.2	1.8
15	-2.1	-1.6	0.1	1.4	1.6	2.2	0.6	0.7	6.2	4.2	3.4	1.7	2.8	3.7	2.6	2.8	3.9	2.0
16	-4.6	-11.9	4.3	-9.1	-3.2	0.7	3.2	2.4	-2.0	3.0	4.2	8.1	5.4	0.0	3.4	4.0	0.6	0.4
PIB	0.1	0.2	-1.2	1.8	3.3	3.2	2.2	4.3	0.7	1.0	1.6	3.7	4.4	4.3	4.7	0.8	-1.6	2.0

1	Secteur primaire	9	Hôtellerie & Restauration
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	10	Transports
3	Chimie	11	Postes et télécommunications
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	12	Finance (y compris assurances)
5	Horlogerie	13	Activités immobilières
6	Construction	14	Services aux entreprises, activités informatiques
7	Autres industries	15	Education, santé, service public et para-public
8	Commerce (y compris négoce)	16	Autres services

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

Tableau 6**Valeur ajoutée brute par activité économique : taux de croissance réels (%)**

		1992-2009	1992-1999	2000-2009
1	Secteur primaire	-1.4	-1.4	-1.4
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	-1.3	-1.0	-1.2
3	Chimie	5.9	2.2	7.9
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	1.6	1.2	2.2
5	Horlogerie	5.8	6.2	5.4
6	Construction	0.1	-3.1	2.0
7	Autres industries	1.4	1.7	1.0
8	Commerce (y compris négoce)	1.7	-0.5	3.5
9	Hôtellerie & Restauration	-1.6	-3.5	-0.6
10	Transports	0.1	-3.1	2.0
11	Postes et télécommunications	5.8	4.2	5.3
12	Finance (y compris assurances)	2.7	5.2	0.0
13	Activités immobilières	0.2	1.0	-0.2
14	Services aux entreprises, activités informatiques	1.8	1.7	1.8
15	Education, santé, service public et para-public	2.0	0.3	3.5
16	Autres services	0.4	-3.1	2.9
PIB		2.0	1.4	2.1

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

Finalement, les tableaux 7 et 8 mettent en évidence la part des emplois en équivalents plein temps (EPT) pour les branches principales d'activité économique. Pour les branches qui nous intéressent plus particulièrement ici et que nous avons décrites plus haut, on observe une certaine stabilité de la part moyenne de l'EPT pour la chimie et la finance entre les deux sous-périodes, alors que la part de l'EPT a augmenté pour l'horlogerie, les services aux entreprises et le service public. En revanche, la part de l'EPT dans la branche du commerce a diminué.

Tableau 7

Emplois en équivalents plein temps par activité économique : part dans le total (%)³⁷

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	moyenne
1	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2	4.9	4.7	4.5	4.4	4.3	4.1	3.9	3.6	3.5	3.2	3.1	2.9	2.8	2.8	2.7	2.7	2.6	2.5	3.5
3	1.4	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.4	1.4
4	2.5	2.6	2.6	2.7	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	2.0	1.9	2.2
5	2.2	2.4	2.6	2.8	2.9	2.8	2.9	3.0	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.2	3.3	3.5	3.7	3.6	3.0
6	7.6	7.2	7.2	7.0	6.7	6.4	6.2	6.2	6.5	6.5	6.4	6.4	6.3	6.3	6.3	6.2	6.2	6.1	6.5
7	1.9	1.8	1.7	1.5	1.5	1.5	1.5	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.5
8	18.1	18.0	17.4	17.0	17.0	16.9	16.8	16.5	16.0	15.9	15.8	15.9	15.8	15.6	15.3	15.1	15.0	14.7	16.3
9	6.8	6.7	6.8	6.8	6.6	6.4	6.4	6.5	6.5	6.4	6.3	6.1	6.1	6.0	5.9	5.8	5.9	5.8	6.3
10	5.5	5.2	5.0	5.0	5.1	5.0	4.9	4.9	5.0	5.0	5.0	5.1	5.0	5.0	4.9	4.8	4.9	4.9	5.0
11	2.1	2.2	2.1	2.1	2.2	2.4	2.5	2.6	2.6	2.5	2.3	2.0	1.8	1.6	1.5	1.4	1.4	1.3	2.0
12	11.1	11.2	11.3	11.2	11.0	10.8	10.4	10.2	10.2	10.7	11.1	10.9	10.8	10.7	10.7	10.9	10.9	10.9	10.8
13	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	1.0
14	10.0	10.3	10.7	11.0	11.2	11.5	11.8	12.4	12.9	13.4	13.5	13.4	13.6	13.8	14.0	14.2	14.5	14.6	12.6
15	23.9	24.3	24.8	25.1	25.7	26.5	26.9	26.8	26.5	26.2	26.5	27.3	27.7	28.1	28.3	28.1	28.0	28.6	26.6
16	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1

1	Secteur primaire (données non disponibles)	9	Hôtellerie & Restauration
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	10	Transports
3	Chimie	11	Postes et télécommunications
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	12	Finance (y compris assurances)
5	Horlogerie	13	Activités immobilières
6	Construction	14	Services aux entreprises, activités informatiques
7	Autres industries	15	Education, santé, service public et para-public
8	Commerce	16	Autres services

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

³⁷ Données non disponibles pour le secteur primaire.

Tableau 8
Emplois en équivalents plein temps : part moyenne (%)³⁸

		1992-2009	1992-1999	2000-2009
1	Secteur primaire	--	--	--
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	3.5	4.3	2.9
3	Chimie	1.4	1.3	1.4
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	2.2	2.6	2.0
5	Horlogerie	3.0	2.7	3.3
6	Construction	6.5	6.8	6.3
7	Autres industries	1.5	1.6	1.5
8	Commerce (y compris négoce)	16.3	17.2	15.5
9	Hôtellerie & Restauration	6.3	6.6	6.1
10	Transports	5.0	5.1	5.0
11	Postes et télécommunications	2.0	2.3	1.8
12	Finance (y compris assurances)	10.8	10.9	10.8
13	Activités immobilières	1.0	0.9	1.0
14	Services aux entreprises, activités informatiques	12.6	11.1	13.8
15	Education, santé, service public et para-public	26.6	25.5	27.5
16	Autres services	1.1	1.2	1.1

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

La comparaison entre la part de la valeur ajoutée des diverses branches et la part de l'EPT des mêmes branches mène à des conclusions intéressantes et le tableau 9 dégage une autre image que celle pour les seules valeurs ajoutées qu'on vient de passer en revue³⁹. Sur l'ensemble de la période 1992-2009 et toujours pour les branches décrites plus haut, la valeur ajoutée de la chimie représente 2,2% du PIB, mais la part de son EPT dans le total ne s'élève qu'à 1,4%. On observe la même chose pour l'horlogerie, avec respectivement 3,4% et 3%. Concernant la finance, la part de 22% de sa valeur ajoutée dans le PIB est réalisée avec une part de son EPT de seulement 10,8%. Et finalement, on observe l'inverse pour la branche du commerce, pour laquelle la part de la valeur ajoutée est de 15% et celle de l'EPT 16,3%, ainsi que pour la branche des services aux entreprises avec respectivement 21,8% et 26,6%.

Les écarts entre ces valeurs peuvent refléter des différences de productivité d'une branche à l'autre et/ou montrer les besoins plus ou moins intenses en main-d'œuvre. Par exemple, les

³⁸ Données non disponibles pour le secteur primaire.

³⁹ A noter que la part de la valeur ajoutée des diverses branches dans le PIB tient compte du secteur primaire, alors que celle de l'EPT se calcule par rapport au total sans le secteur primaire (dû à l'absence de données sur l'emploi en équivalents plein temps pour ce secteur, comme c'est d'ailleurs le cas également au niveau national). Pour être tout à fait cohérent, il faudrait recalculer les parts des branches d'activités sans tenir compte du secteur primaire. Cependant, vu le poids peu important de ce secteur dans l'économie genevoise, les conclusions générales ne seraient pas affectées et c'est la raison pour laquelle nous procédons sans ajustement pour le secteur primaire.

EPT des branches de la construction et de l'hôtellerie/restauration ont un poids presque équivalent (sur l'ensemble de la période), mais la part de la valeur ajoutée de la construction dépasse nettement celle de l'hôtellerie/restauration, signifiant que cette dernière est moins productive, en termes de valeur ajoutée, que la construction. Si l'on compare l'hôtellerie/restauration à la branche de l'horlogerie, on constate que l'hôtellerie/restauration est beaucoup plus intensive en main-d'œuvre que l'horlogerie (6,5% contre 3%), et pourtant la valeur ajoutée de l'hôtellerie/restauration a un poids bien inférieur à celui de l'horlogerie. Donc, non seulement l'hôtellerie/restauration est plus intensive en main-d'œuvre que l'horlogerie, mais elle est également moins productive que l'horlogerie.

Néanmoins, il s'agit d'interpréter ces différences entre la part de la valeur ajoutée dans le PIB et le poids de l'EPT avec précaution et en connaissance de cause, en particulier au niveau de la composition des diverses branches⁴⁰. Le tableau 9 fait ainsi ressortir que la branche des activités immobilières a, à première vue, une productivité très élevée, vu sa faible part dans l'EPT. Cependant, plus de 55% de cette branche sont constitués de la valeur locative des immeubles occupés par leur propriétaire, pour laquelle aucun EPT n'entre en ligne de compte et il s'ensuit que la productivité de cette branche est largement surestimée. L'inverse se produit pour la branche du service public. Comme il n'y a pas de valeur marchande pour les services publics, la production est évaluée à la somme des coûts uniquement⁴¹, ce qui implique que la productivité est sous-estimée pour cette branche.

Pour l'ensemble des branches, la productivité par EPT est indiquée dans le tableau 10, toutefois sur base de la valeur ajoutée en termes réels, afin de neutraliser l'effet des prix. Certains des résultats mentionnés plus haut sont ainsi confirmés. Bien que la part de la valeur ajoutée de l'horlogerie soit plus importante que celle de la chimie, cette dernière enregistre une productivité plus forte que celle de l'horlogerie. Les branches de la construction, de l'hôtellerie/restauration et des postes & télécommunications montrent les productivités les plus faibles. Il est toutefois à noter que la productivité de la branche des postes & télécommunications a nettement progressé au cours de la période 2000-2009. D'ailleurs, la plupart des branches enregistrent une augmentation de la productivité par EPT entre la période 1992-1999 et la période 2000-2009, à l'exception de l'hôtellerie/restauration, des transports, des activités immobilières et du service aux entreprises.

⁴⁰ Qui correspond en général à des standards internationaux.

⁴¹ Il n'y a pas de profit, par exemple.

Tableau 9
Valeur ajoutée brute et emplois en équivalents plein temps⁴²
Parts dans le total (%)

		1992-2009		1992-1999		2000-2009	
		VA	EPT	VA	EPT	VA	EPT
1	Secteur primaire	0.7	--	1.0	--	0.5	--
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	2.5	3.5	3.1	4.3	2.0	2.9
3	Chimie	2.2	1.4	1.8	1.3	2.5	1.4
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	1.8	2.2	2.0	2.6	1.6	2.0
5	Horlogerie	3.4	3.0	2.9	2.7	3.8	3.3
6	Construction	4.0	6.5	4.2	6.8	3.8	6.3
7	Autres industries	2.7	1.5	3.0	1.6	2.5	1.5
8	Commerce (y compris négoce)	15.0	16.3	15.0	17.2	14.9	15.5
9	Hôtellerie & Restauration	2.6	6.3	2.9	6.6	2.4	6.1
10	Transports	3.6	5.0	4.0	5.1	3.3	5.0
11	Postes et télécommunications	1.5	2.0	1.5	2.3	1.5	1.8
12	Finance (y compris assurances)	22.0	10.8	20.2	10.9	23.6	10.8
13	Activités immobilières	4.2	1.0	4.6	0.9	3.9	1.0
14	Services aux entreprises, activités informatiques	11.2	12.6	11.2	11.1	11.3	13.8
15	Education, santé, service public et para-public	21.8	26.6	21.7	25.5	21.7	27.5
16	Autres services	0.8	1.1	0.8	1.2	0.7	1.1

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

Tableau 10
Productivité réelle moyenne par emploi en équivalent plein temps
(en francs constants)

		1992-2009	1992-1999	2000-2009
		1	Secteur primaire	--
2	Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	108'589	100'668	114'925
3	Chimie	224'629	170'447	267'974
4	Machines, équipement (sans horlogerie)	122'818	109'170	133'737
5	Horlogerie	176'719	163'350	187'413
6	Construction	97'246	94'065	99'792
7	Autres industries	256'211	244'894	265'264
8	Commerce (y compris négoce)	145'154	129'516	157'664
9	Hôtellerie & Restauration	67'173	69'974	64'931
10	Transports	108'997	111'141	107'283
11	Postes et télécommunications	95'320	51'386	130'467
12	Finance (y compris assurances)	318'627	279'825	349'668
13	Activités immobilières	702'107	789'563	632'142
14	Services aux entreprises, activités informatiques	145'411	159'544	134'104
15	Education, santé, service public et para-public	127'274	124'548	129'455
16	Autres services	103'991	99'880	107'279

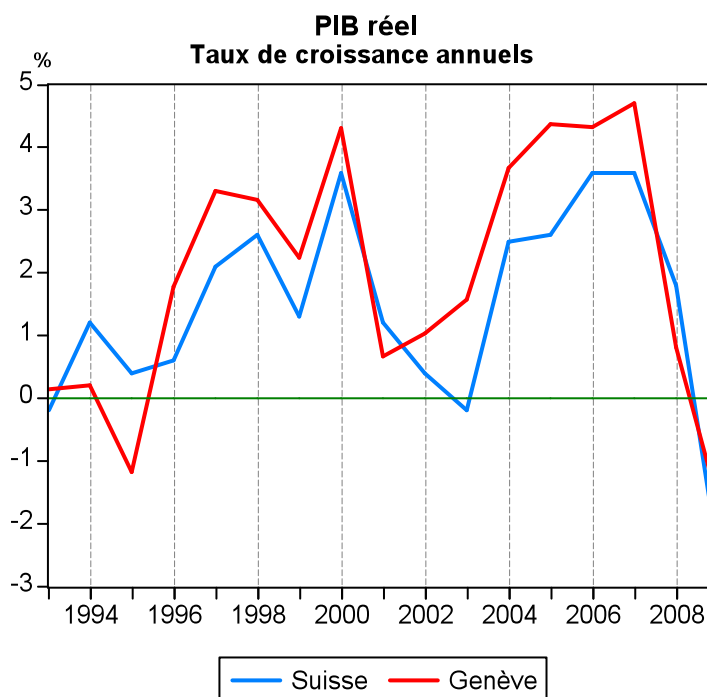
Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois.

⁴² Non disponibles pour le secteur primaire.

1.2 Comparaison de l'économie genevoise avec l'économie suisse

Le graphique 3 et les tableaux 11 et 12 comparent l'évolution du PIB genevois et celle du PIB suisse dans son ensemble et permettent de voir les différences entre les deux. En moyenne sur la période 1992-2009, le PIB genevois a augmenté plus que le PIB helvétique, à savoir 2% en moyenne par année pour le PIB genevois contre 1,4% pour le PIB helvétique. On remarque que c'est en particulier pendant les années de haute conjoncture 1997-2000 et 2004-2007 que l'économie genevoise est plus dynamique que l'économie suisse. Sans vouloir entrer dans le détail ici, on peut avancer que ceci est dû surtout aux branches de la chimie, de la fabrication d'instruments médicaux et d'optique, de l'horlogerie et de la finance, branches qui ont progressé plus fortement dans l'économie genevoise que dans l'économie suisse dans son ensemble.

Le tableau 12 donne un aperçu des différences structurelles entre l'économie genevoise et l'économie helvétique qui se situent avant tout au niveau de la finance, du commerce de détail et de gros, des services aux entreprises et du service public.



Graphique 3

Tableau 11
PIB suisse et PIB genevois réels
Taux de croissance annuels (%)

	Suisse		Genève	
1993	-0.2		0.1	
1994	1.2	} 0.5	0.2	} 0.5
1995	0.4		-1.2	
1996	0.6		1.8	
1997	2.1	} 2.4	3.3	} 3.3
1998	2.6		3.2	
1999	1.3		2.2	
2000	3.6		4.3	
2001	1.2	} 0.5	0.7	} 1.1
2002	0.4		1.0	
2003	-0.2		1.6	
2004	2.5	} 3.1	3.7	} 4.3
2005	2.6		4.4	
2006	3.6		4.3	
2007	3.6		4.7	
2008	1.8	} -0.4	0.8	} -0.4
2009	-2.5		-1.6	
moyenne	1.4		2.0	

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois, et SECO, Estimation du PIB suisse.

Tableau 12
Valeur ajoutée brute par activité économique
Part moyenne dans le PIB (%)

	1992-2008*		1992-1999		2000-2008*	
	CH	GE	CH	GE	CH	GE
Secteur primaire	1.6	0.7	2.0	1.0	1.3	0.5
Alim., bois, papier, impression, textile, métaux	8.4	2.6	9.0	3.1	7.8	2.1
Chimie	3.4	2.2	3.2	1.8	3.6	2.4
Machines, équipement (avec horlogerie)	7.4	5.1	7.4	4.9	7.4	5.3
Construction	5.9	4.0	6.3	4.2	5.6	3.8
Autres industries	3.3	2.7	3.6	3.0	3.0	2.5
Commerce	13.3	14.9	13.2	15.0	13.4	14.8
Hôtellerie & Restauration	2.7	2.7	2.9	2.9	2.5	2.4
Transports	3.7	3.6	4.0	4.0	3.5	3.3
Postes et télécommunications	2.5	1.5	2.2	1.5	2.8	1.6
Finance (y compris assurances)	11.3	22.2	10.0	20.2	12.3	24.0
Activités immobilières	7.3	4.2	7.5	4.6	7.2	3.9
Services aux entreprises, activités informatiques	9.3	11.2	9.0	11.2	9.6	11.2
Education, santé, service public et para-public	19.1	21.6	18.9	21.7	19.2	21.6
Autres services	0.8	0.8	0.9	0.8	0.8	0.7

* A l'heure où ces lignes sont écrites, les données 2009 ne sont pas encore disponibles pour la valeur ajoutée suisse selon la classification NOGA A60, qui sert de base au calcul du PIB genevois.

Source : Institut CREA, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois, et OFS, Compte de production selon les branches.

1.3 Conclusion

Sur une longue période (ici 1992-2009), l'économie genevoise connaît un rythme de croissance moyen plus élevé que celui de l'économie suisse dans son ensemble (2% contre 1,4%). Non seulement l'économie genevoise est nettement plus dynamique que celle de la Suisse dans les années de forte conjoncture, mais elle est tout aussi performante sinon plus que celle de la Suisse dans les années de faible conjoncture (voir le tableau 11 plus haut).

Parmi les branches principales d'activité économique et toujours par rapport à la Suisse, les activités financières ont une place nettement plus importante dans l'économie genevoise. Les branches du commerce, des services aux entreprises et activités informatiques ainsi que du service public⁴³ ont également un poids plus élevé dans l'économie genevoise que dans l'économie suisse dans son ensemble, tandis que la branche de l'industrie alimentaire, du bois, du papier et des métaux est en revanche moins développée (voir tableau 12 plus haut).

La branche des activités financières s'est développée plus fortement dès le milieu des années quatre-vingt-dix, la part de sa valeur ajoutée dans le PIB genevois passant de 15% en 1992 à plus de 20% en 1996, pour ne plus redescendre au-dessous. Si l'on compare la période 1992-1999 à la période 2000-2009, on remarque que les branches de la chimie et de l'horlogerie se sont renforcées dès 2000, même si leur poids dans le PIB genevois reste faible (voir tableau 4 plus haut). Or, ces trois branches d'activité économique (finance, chimie, horlogerie) sont des branches à forte productivité et leur impact sur l'économie genevoise est donc important. La branche du commerce est restée stable, tout comme celle du service public, le poids de ces deux branches en termes de valeur ajoutée étant parmi les plus élevés. Ces quatre branches constituent à elles seules plus de 70% du PIB genevois.

A noter que la contribution des organisations internationales à l'économie genevoise sera traitée plus loin dans la deuxième partie.

⁴³ Education, santé, service public et para-public.

2. L'ÉCONOMIE GENEVOISE EN CONTACT AVEC LA PROMOTION ÉCONOMIQUE

Dans cette partie, nous analyserons l'impact de la promotion économique sur l'économie genevoise au cours de la législature 2005-2009. En premier lieu, nous examinerons l'évolution du nombre et de la nature des entreprises en contact avec un organisme coordonné par la promotion économique ainsi que des emplois correspondants. Nous estimerons leur impact sur l'économie genevoise et cela à travers la valeur ajoutée créée directement par ces entreprises. Il s'agit là de l'impact direct sur l'économie genevoise. Cet impact sera comparé aux coûts de la promotion économique pour en dériver l'impact direct net.

Dans une deuxième étape, nous tenterons d'estimer l'impact indirect, c'est-à-dire les retombées économiques liées indirectement à l'activité des entreprises en contact avec la promotion économique. Précisons d'ores et déjà que nous sommes obligés de nous limiter ici à l'impact indirect mesuré à travers les salaires distribués par ces entreprises. En effet, l'estimation de l'impact indirect global requiert la connaissance d'un certain nombre de variables⁴⁴, ce qui dépasse largement le cadre de la présente étude.

Afin de voir l'évolution des effets des actions de la promotion économique entre la période de législature sous revue et la précédente, nous reproduirons, dans la mesure du possible, les résultats couvrant les deux périodes de législature 2001-2005 et 2005-2009. Comme la période de législature sous revue commence fin 2005 et se termine fin 2009, les résultats concernent en fait les années 2006–2009, alors que pour la précédente législature, les résultats concernent les années 2002–2005, pour le même genre de raison.

Il aurait été intéressant de faire l'analyse en distinguant les entreprises ayant reçu une aide financière et celles n'ayant reçu qu'une aide sous forme de conseil ou d'accompagnement et d'évaluer le lien direct entre les activités des entreprises en contact avec un organisme rattaché à la promotion économique et le maintien des emplois. Mais ce lien est difficile à estimer et nécessiterait une analyse beaucoup plus poussée que celle définie dans le cadre de la présente étude.

Finalement, notons que, pour simplifier l'écriture, les entreprises et emplois en contact avec un organisme rattaché à la promotion économique seront parfois désignés par entreprises et emplois "promo".

⁴⁴ Par exemple le montant des achats de biens et de services, l'origine des fournisseurs des entreprises, les impôts payés, les salaires versés, le lieu d'habitation des employés, etc.

2.1 Entreprises et emplois en contact avec la promotion économique

Les tableaux 13a à 13d montrent les entreprises actives en contact avec la promotion économique, ainsi que les emplois correspondants. Il s'agit d'entreprises ayant reçu un soutien, quel qu'il soit, de la part d'un organisme rattaché à la promotion économique. Ces soutiens peuvent aller d'un simple conseil ou d'une offre d'accompagnement à une aide financière proprement dite. A noter que les entreprises reportées dans les tableaux sont des entreprises actives ayant au moins un emploi et, à moins d'une contre-indication, les chiffres couvrent à chaque fois cinq générations d'entreprises, il s'agit donc d'un balayage sur cinq ans à travers le temps.

Nous donnerons d'abord les résultats en niveau et en termes absolus. Cependant il faut garder à l'esprit que les chiffres en termes absolus peuvent être faussés par certains événements comme, par exemple, les effets de la crise financière ou encore l'évolution du niveau général des prix. Dans le cadre de la présente étude, les résultats en termes absolus seront ainsi complétés par ceux en termes relatifs dont nous verrons plus loin que l'image dégagée, bien que différente de celle des chiffres absolus, est plus juste.

Quoiqu'il en soit, par rapport à la fin de la législature précédente (2005) et jusqu'en 2009, on note une diminution nette du nombre d'entreprises nouvelles (-39%) et de celles venant de l'étranger (-52%). En revanche, le nombre d'entreprises en restructuration ou en développement⁴⁵ enregistre une forte progression (+141%), compensant la baisse des deux autres catégories, la conséquence étant que, depuis la fin de 2005, le nombre total d'entreprises soutenues a augmenté. Bien que le nombre d'emplois pour chacune des trois catégories d'entreprises suive la même tendance que celle pour le nombre d'entreprises, l'impact au niveau de l'emploi total est nettement plus marqué. Alors que le nombre total d'entreprises n'a que faiblement augmenté par rapport à 2005, le nombre total des emplois a, lui, plus que doublé. Comme pour les entreprises, cette progression est due à la hausse des emplois des entreprises en restructuration ou en développement, comme le montre le tableau 13b. A noter également qu'en 2009, alors que les entreprises sont plus nombreuses à avoir reçu une aide d'un organisme rattaché à la promotion économique, l'effet sur l'emploi total est négatif. Ceci est plus que probablement lié au fait que la situation conjoncturelle difficile a incité plus d'entreprises à solliciter une aide, sans que cela ne se traduise en une augmentation de l'emploi. En effet, il ressort clairement des tableaux 13a et 13b que les entreprises en

⁴⁵ Il s'agit soit d'entreprises qui, avant, étaient totalement nouvelles ou venaient de l'étranger, et sont en développement ou en restructuration, soit d'entreprises déjà implantées à Genève.

restructuration ont été plus nombreuses à recourir à la promotion économique en 2009, mais leur nombre d'emplois a diminué, indiquant que certaines de ces entreprises en difficulté ont procédé à des licenciements. Cette évolution est confirmée par les chiffres de la FAE qui a enregistré une augmentation de 10% des contacts en 2009, même si cette hausse des contacts est en partie attribuable à l'information distribuée par le Conseil d'Etat au sujet des moyens supplémentaires de lutte anticrise accordés à la FAE en fonction de la nouvelle loi du 1^{er} mai 2009.

Le fait que le nombre d'entreprises nouvelles ou venant de l'étranger en contact avec le SPEG a globalement diminué alors que celui des entreprises en restructuration/développement a augmenté témoigne d'un changement de cap opéré par le SPEG au début de la législature 2005-2009, les efforts se portant sur un renforcement de la promotion économique endogène, en augmentant le soutien au développement d'entreprises installées dans le canton. Au niveau de la promotion exogène, le SPEG a misé plus sur la qualité, ce qui se traduit par une baisse de la part des entreprises nouvelles "promo" dans le total de la création d'entreprises, la part passant de 23,6% en 2002 à 16,1% en 2007⁴⁶. Cependant, nous verrons plus loin (partie 2.3) que ces entreprises se concentrent dans les industries à haute-moyenne technologie et dans les services à forte intensité de connaissances, donc de qualité élevée.

Parmi les entreprises mentionnées dans les tableaux ci-dessous, ce sont les entreprises entièrement nouvelles et celles venant de l'étranger qui peuvent être considérées comme créatrices nettes d'emplois. Ainsi, le chiffre pour 2008 indique que, sur une période de cinq ans⁴⁷, 187 entreprises ont créé 2'765 emplois, alors qu'en 2009 elles n'étaient que 177 à créer 2'169 emplois. Etant donné qu'il y a également une perte d'emplois du côté des entreprises en restructuration, les emplois totaux "promo" ont baissé en 2009, pour la première fois depuis 2005. Comme mentionné plus haut, ceci est dû en grande partie aux difficultés auxquelles les entreprises ont dû faire face en 2009.

En ce qui concerne la taille, on remarque que plus de la moitié des entreprises sont des micro-entreprises, engageant de 1 à 9 personnes. Leur part a cependant diminué en tendance au cours de la législature 2005-2009 et cela au bénéfice des moyennes et grandes entreprises (tableau 13d). En 2009, les micro-entreprises ont de nouveau été plus nombreuses à demander une aide auprès d'un organisme de promotion économique, ce qui est lié au fait que les micro-

⁴⁶ Les chiffres concernant la création de nouvelles entreprises ne sont malheureusement pas encore disponibles pour 2008-2009, car ils dépendent des résultats du Recensement fédéral des entreprises, en cours d'évaluation.

⁴⁷ Puisque les chiffres entrant dans les tableaux 13a à 13c couvrent cinq générations d'entreprises.

entreprises ont été probablement plus vulnérables pendant la crise que les entreprises de plus grande taille.

Tableau 13a
Entreprises en contact avec la promotion économique*

législature	total	nouvelles entreprises	entreprises de l'étranger	entreprises en restructuration/développement
2002	353	176	101	76
2003	383	185	109	89
2004	377	176	113	88
2005	420	194	123	103
2006	400	176	93	131
2007	407	150	82	175
2008	409	122	65	222
2009	425	118	59	248

Tableau 13b
Emplois en contact avec la promotion économique

législature	total	nouvelles entreprises	entreprises de l'étranger	entreprises en restructuration/développement
2002	7'119	1'475	1'556	4'088
2003	7'989	1'354	2'744	3'891
2004	9'206	1'729	2'780	4'697
2005	11'980	1'777	3'152	7'051
2006	15'221	1'214	2'506	11'501
2007	22'677	1'126	2'541	19'010
2008	28'885	852	1'913	26'120
2009	27'184	799	1'370	25'015

Tableau 13c
Taille moyenne des entreprises en contact avec la promotion économique (emplois)

législature	total	nouvelles entreprises	entreprises de l'étranger	entreprises en restructuration/développement
2002	20	8	15	54
2003	21	7	25	44
2004	24	10	25	53
2005	29	9	26	68
2006	38	7	27	88
2007	56	8	31	109
2008	71	7	29	118
2009	64	7	23	101

Source : Office cantonal de statistique, Genève, *Enquête sur les entreprises en relation avec un organisme de promotion économique*.

* Etat au 30 septembre. Il s'agit d'entreprises actives comptant au moins un emploi et les chiffres annuels couvrent cinq générations d'entreprises.

Tableau 13d

Entreprises en contact avec la promotion économique, selon la taille

entreprises	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
micro	251	285	262	292	274	253	231	247
petites	84	76	84	92	79	89	99	101
moyennes	12	15	24	25	32	40	50	55
grandes	6	7	7	11	15	25	29	22
total	353	383	377	420	400	407	409	425
parts								
micro	71.1	74.4	69.5	69.5	68.5	62.2	56.5	58.1
petites	23.8	19.8	22.3	21.9	19.8	21.9	24.2	23.8
moyennes	3.4	3.9	6.4	6.0	8.0	9.8	12.2	12.9
grandes	1.7	1.8	1.9	2.6	3.8	6.1	7.1	5.2

emplois	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
micro	894	995	886	969	896	803	786	914
petites	1'539	1'550	1'751	1'938	1'655	2'118	2'106	2'298
moyennes	1'084	1'551	2'776	2'828	3'234	4'792	6'116	6'844
grandes	3'602	3'893	3'793	6'245	9'436	14'964	19'877	17'128
total	7'119	7'989	9'206	11'980	15'221	22'677	28'885	27'184
parts								
micro	12.6	12.5	9.6	8.1	5.9	3.5	2.7	3.4
petites	21.6	19.4	19.0	16.2	10.9	9.3	7.3	8.5
moyennes	15.2	19.4	30.2	23.6	21.2	21.1	21.2	25.2
grandes	50.6	48.7	41.2	52.1	62.0	66.0	68.8	63.0

Source : Office cantonal de statistique, Genève, *Enquête sur les entreprises en relation avec un organisme de promotion économique*.

micro-entreprises = 1 à 9 personnes, petites entreprises = 10 à 49 personnes,
moyennes entreprises = 50 à 249, grandes entreprises = 250 personnes et plus

Afin d'avoir une idée sur ce que représentent ces entreprises en contact avec la promotion économique par rapport au total des entreprises dans le canton, on peut comparer leur nombre et leurs emplois au nombre total d'établissements et d'emplois, tels qu'indiqués par le Recensement fédéral des entreprises. Pour la période qui nous intéresse ici, il n'y a guère que les années 2005 et 2008 qui entrent en ligne de compte⁴⁸. Ainsi, pour l'année 2005, le nombre d'entreprises "promo" représente 1,9% du total des établissements⁴⁹, mais l'emploi "promo" atteint 4,4% du total des emplois. Pour l'année 2008, ces chiffres se montent à 1,7% pour le nombre d'entreprises et à 9,6% pour le nombre d'emplois. Non seulement l'apport en emplois des entreprises "promo" est-il proportionnellement plus élevé que le nombre même de ces entreprises, mais de plus l'impact est nettement plus élevé en 2008 (législature sous revue) qu'en 2005 (législature précédente), ce qui confirme les conclusions mentionnées plus haut.

⁴⁸ Source : OCSTAT, Communiqué de presse du 20 octobre 2009 sur les premiers résultats du recensement des entreprises 2008.

⁴⁹ Secteurs secondaire et tertiaire.

2.2 Domaines d'activité des entreprises en contact avec la promotion économique

Après avoir examiné le nombre d'entreprises et d'emplois en contact avec la promotion économique, nous nous attachons maintenant à analyser les branches économiques dans lesquelles ces entreprises sont actives. En effet, comme nous le verrons plus loin dans la partie consacrée à la valeur ajoutée (partie 2.3), certaines branches d'activité ont une valeur ajoutée ou une productivité plus élevée que d'autres.

Les tableaux 14a et 14b montrent que la proportion d'entreprises "promo" actives dans le secteur secondaire (industrie et construction) a augmenté par rapport à la législature précédente et cela au détriment du secteur tertiaire. De même pour le nombre d'emplois, mais dans une moindre mesure. En 2009, on observe une poussée de la part du secteur secondaire, au détriment du secteur des services. Cette évolution est normale au vu de la forte chute des activités, et donc des emplois, de certaines branches du tertiaire (finance, service aux entreprises), suite à la crise financière et économique.

Dans le secteur tertiaire, la part des entreprises et des emplois a commencé par enregistrer une baisse en 2006 (par rapport à 2005) et pratiquement toutes les branches (à l'exception de celle du commerce) y ont contribué. Par la suite, dans les années de haute conjoncture 2007-2008, la part des emplois a pu se redresser nettement, contrairement à celle des entreprises. Si la part des emplois du secteur tertiaire a pu augmenter dans une telle proportion, c'est essentiellement grâce aux emplois dans la branche des activités financières. Comparée à la part dans le total des entreprises de la branche financière (8% en 2009), la part des emplois est nettement plus importante (23,7% en 2009), comme le montrent les tableaux 14a et 14b. La branche des services aux entreprises est une des branches (avec la finance) à avoir été touchée le plus durement par la récession en 2009. Il convient cependant de nuancer un peu et d'interpréter les chiffres 2009 avec précaution, car l'OCSTAT⁵⁰ est passé de la classification NOGA 2002 à la classification NOGA 2008⁵¹. Nous avons tenté de reconstruire les catégories en 2009 selon NOGA 2002, mais, pour certaines branches, il n'y a plus de concordance parfaite entre NOGA 2002 et NOGA 2008. Il s'ensuit que des écarts plus importants au passage de 2008 à 2009 peuvent être liés à la composition de certaines branches légèrement différente par rapport à NOGA 2002.

⁵⁰ Qui est la source pour ces tableaux.

⁵¹ Nomenclature générale des activités économiques.

Tableau 14a

**Entreprises en contact avec la promotion économique, selon la branche d'activité
Parts dans le total (%)**

	industrie	construction	secondaire	commerce	hôtellerie	transports	finance	serv. aux entr.	informat.	autres	tertiaire
2002	12.2	1.7	13.9	22.9	8.2	5.7	9.6	21.5	11.9	6.2	86.1
2003	12.5	1.8	14.4	24.0	7.3	6.0	9.9	18.5	12.8	7.0	85.6
2004	13.8	2.4	16.2	24.1	6.9	5.6	8.2	18.0	11.9	9.0	83.8
2005	14.0	2.1	16.2	24.5	8.1	5.0	7.4	15.5	12.1	11.2	83.8
2006	17.3	3.3	20.5	25.0	7.3	3.8	5.3	14.0	10.3	14.0	79.5
2007	15.5	2.9	18.4	25.8	7.1	4.7	6.6	13.3	9.8	14.3	81.6
2008	16.4	4.2	20.5	21.5	7.1	4.9	6.6	13.9	9.0	16.4	79.5
2009	15.1	2.8	17.9	20.2	9.2	5.2	8.0	14.4	8.7	16.5	82.1
02-05	13.1	2.0	15.2	23.9	7.6	5.6	8.8	18.4	12.2	8.4	84.8
06-09	16.0	3.3	19.3	23.1	7.7	4.6	6.6	13.9	9.5	15.3	80.7

Tableau 14b

**Emplois en contact avec la promotion économique, selon la branche d'activité
Parts dans le total (%)**

	industrie	construction	secondaire	commerce	hôtellerie	transports	finance	serv. aux entr.	informat.	autres	tertiaire
2002	17.3	0.4	17.7	28.3	1.6	10.3	5.0	16.7	5.4	14.9	82.3
2003	16.9	0.4	17.4	28.6	4.2	12.5	4.8	23.5	5.6	3.4	82.6
2004	19.6	0.5	20.1	32.8	3.6	5.5	3.3	18.1	5.5	11.4	79.9
2005	13.4	0.4	13.8	36.7	3.3	7.6	3.1	21.5	4.5	9.4	86.2
2006	24.0	0.3	24.3	34.8	2.7	4.7	4.2	17.3	3.8	8.2	75.7
2007	20.2	0.2	20.4	28.8	3.2	5.1	18.2	13.1	3.2	8.0	79.6
2008	15.5	0.9	16.3	26.3	1.4	5.1	25.9	11.7	2.4	10.9	83.7
2009	18.4	0.9	19.3	30.8	1.5	3.1	23.7	5.2	2.4	14.0	80.7
02-05	16.8	0.4	17.2	31.6	3.2	9.0	4.0	19.9	5.2	9.8	82.8
06-09	19.5	0.6	20.1	30.2	2.2	4.9	18.0	11.9	2.8	9.9	79.9

Source : Office cantonal de statistique, Genève, *Enquête sur les entreprises en relation avec un organisme de promotion économique*, et calculs propres.

2.3 Valeur ajoutée

2.3.1 Selon les branches d'activité

Dans la partie 2.1 nous avons mentionné le fait que les résultats en termes absolus peuvent être influencés par certains éléments tels que la crise financière internationale dont les effets négatifs importants se sont déployés dès le 2^e trimestre de 2008. C'est pourquoi il est plus juste de raisonner en termes relatifs et de comparer la contribution en termes de valeur ajoutée des entreprises en contact avec la promotion économique à la valeur ajoutée totale de l'économie genevoise, cette dernière étant, elle aussi, affectée par les effets de la crise financière. On a ainsi une vision plus juste du poids économique des entreprises "promo".

En multipliant la valeur ajoutée unitaire⁵² de chacune des branches d'activités économiques par l'emploi en équivalents plein temps (EPT) en contact avec la promotion économique, on obtient la valeur ajoutée "promo". Nous calculons ensuite la part de cette valeur ajoutée "promo" dans la valeur ajoutée totale, ce qui donne une valeur relative qui non seulement est plus représentative de l'impact des entreprises "promo", mais de plus permet de mieux comparer les deux législatures en question. Les résultats sont donnés dans le tableau 15.

On remarque clairement que, au cours de la législature couvrant les années 2006-2009, le poids relatif des entreprises en contact avec la promotion économique a fortement augmenté. Au total et en moyenne, la valeur ajoutée des entreprises "promo" représente 11,8% de la valeur ajoutée totale l'économie genevoise. En 2008, cette part a atteint 15%. Plus important encore, après n'avoir augmenté que légèrement au cours de la période 2002-2005, la progression a été nettement plus marquée au cours de la législature sous revue, en particulier pour l'industrie dans son ensemble, pour le commerce⁵³ et surtout pour la finance, témoignant ainsi du succès (en termes de contribution à l'économie genevoise) des efforts entrepris par la promotion économique. Le tableau 16 illustre la contribution en termes absolus. Ce tableau n'est en soi pas très instructif, étant donné qu'il est en termes nominaux, mais pourra être mis en relation plus loin avec les coûts de la promotion économique, afin d'en déduire la contribution financière nette des actions de la promotion économique. Notons toutefois qu'en 2008-2009, les entreprises "promo" ont injecté plus de 5 milliards dans l'économie genevoise. Le tableau 17 donne les valeurs ajoutées unitaires (par EPT) en termes réels.

⁵² La valeur ajoutée unitaire est obtenue en divisant la valeur ajoutée totale par le nombre d'emplois en équivalents plein temps. Voir "Estimation du PIB du canton de Genève", *op.cit.*

⁵³ Voir la note 29 concernant le commerce.

Tableau 15

**Valeur ajoutée des entreprises en contact avec la promotion économique
Parts dans le total de la valeur ajoutée (%)**

	industrie	construction	second.	commerce	hôtellerie	transports	finance	serv. aux entr.	inform.	autres	tert.	total
2002	3.9	0.2	3.0	5.9	0.8	4.7	1.2	4.0	8.7	0.8	2.7	2.8
2003	4.2	0.2	3.2	6.6	2.4	6.2	1.4	6.2	10.5	0.3	3.2	3.2
2004	5.8	0.3	4.4	8.8	2.4	3.7	1.2	5.4	12.0	0.6	3.4	3.5
2005	5.1	0.3	3.9	12.9	2.9	6.3	1.4	8.3	12.3	0.6	4.7	4.6
2006	17.0	0.3	13.2	15.7	3.0	5.1	2.5	8.2	12.4	0.7	5.5	6.7
2007	22.0	0.4	17.2	19.0	5.2	8.0	15.7	8.9	15.1	1.3	10.7	11.8
2008	19.3	1.7	15.4	21.6	2.7	10.4	28.0	9.5	13.7	2.6	15.0	15.1
2009	21.2	1.6	16.7	23.9	2.8	5.2	23.6	3.9	12.5	3.9	13.1	13.7
02-05	4.7	0.3	3.6	8.5	2.1	5.2	1.3	6.0	10.9	0.6	3.5	3.5
06-09	19.9	1.0	15.6	20.0	3.4	7.2	17.5	7.6	13.4	2.1	11.1	11.8

Source : Institut Créa, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois, calculs propres.

Tableau 16

**Valeur ajoutée des entreprises en contact avec la promotion économique
(nominal, millions de CHF)**

	industrie	construction	second.	commerce	hôtellerie	transports	finance	serv. aux entr.	inform.	autres	tert.	total
2002	146	2	148	275	7	78	85	131	53	53	682	830
2003	154	3	157	314	19	101	105	196	61	25	819	976
2004	219	4	223	425	18	59	89	184	76	45	895	1'118
2005	208	4	212	643	23	102	113	294	81	46	1'303	1'515
2006	761	4	765	819	25	86	225	312	83	56	1'606	2'371
2007	1'064	5	1'069	1'054	45	139	1'544	369	104	110	3'365	4'434
2008	1'014	25	1'039	1'325	25	186	2'521	428	104	235	4'824	5'863
2009	1'075	24	1'100	1'512	24	96	1'871	173	93	373	4'143	5'242

Source : Institut Créa, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois, calculs propres.

Tableau 17
Valeur ajoutée unitaire des entreprises en contact avec la promotion économique
(réel, CHF constants)

	industrie	construction	second.	commerce	hôtellerie	transp.	finance	serv. aux entr.	inform.	autres	tert.	total
2002	158'610	95'900	136'187	142'303	67'634	89'84	384'343	159'030	160'312	136'549	162'590	157'770
2003	164'230	94'047	138'609	146'383	68'525	91'55	315'914	155'440	151'941	140'579	156'644	153'412
2004	164'645	98'566	140'243	149'976	64'936	106'34	293'124	139'807	156'473	141'231	154'430	151'945
2005	168'745	100'770	143'330	151'035	62'974	108'42	319'189	131'465	146'716	141'386	156'627	154'334
2006	172'559	101'294	146'133	152'484	62'421	111'13	351'724	135'805	160'301	141'104	162'008	159'307
2007	183'267	103'040	153'717	155'690	63'852	114'16	380'051	137'484	156'657	141'855	166'922	164'663
2008	192'994	101'933	159'696	160'294	65'566	122'58	392'670	140'350	151'105	143'145	171'050	169'104
2009	196'937	98'809	161'501	165'226	66'382	124'53	402'650	142'215	153'083	143'552	174'921	172'602

Source : Institut Créa, estimations annuelles et trimestrielles du PIB genevois, calculs propres.

2.3.2 Selon la catégorie d'entreprise et selon la technologie et l'intensité de connaissances

En 2009, l'OCSTAT a établi un nouveau tableau indiquant le type d'activité pour les entreprises entièrement nouvelles, celles venant de l'étranger et celles en restructuration/développement (tableau 18). Il s'agit ici de la classification des industries manufacturières selon le niveau technologique – fondée sur une classification Eurostat/OCDE reposant sur les dépenses de R&D par rapport au PIB ou intensité de R&D – et de la classification des services du secteur tertiaire selon leur intensité de connaissances⁵⁴. On remarque que les entreprises entièrement nouvelles sont concentrées dans les industries de basse et moyenne-basse technologie (IMBT) et les services à moindre intensité de connaissances (SMIC), alors que les entreprises de l'étranger et en restructuration sont majoritaires dans les industries de haute et moyenne-haute technologie (IMHT) et dans les services de forte intensité de connaissances (SFIC)⁵⁵.

Tableau 18
Type d'activité selon la catégorie d'entreprise (2009)

Entreprises	IMHT	IMBT	SFIC	SMIC	Autres	total
nouvelles	2	8	48	57	3	118
de l'étranger	5	2	31	21	0	59
en restructuration	28	20	111	80	9	248
total	35	30	190	158	12	425

Emplois	IMHT	IMBT	SFIC	SMIC	Autres	total
nouvelles	63	52	475	182	27	799
de l'étranger	166	43	610	551	0	1'370
en restructuration	3'922	759	11'837	8'278	219	25015
total	4'151	854	12'922	9'011	246	27'184

Source : Office cantonal de statistique, Genève, *Enquête sur les entreprises en relation avec un organisme de promotion économique*.

IMHT = Industries de haute et moyenne-haute technologie

IMBT = Industries de basse et moyenne-basse technologie

SFIC = Services à forte intensité de connaissances

SMIC = Services à moindre intensité de connaissances

Le tableau 19 indique la valeur ajoutée de ces entreprises classées selon leur technologie et leur intensité de connaissances, ainsi que la part dans le total de la valeur ajoutée "promo" pour 2009. Conformément aux résultats obtenus plus haut, ce sont les entreprises en restructuration qui sont les plus importantes en termes de valeur ajoutée. Dans les services, elles sont actives surtout dans ceux à forte intensité de connaissances (45,2%) et, dans les

⁵⁴ Voir, p.ex. Eurostat, *Statistiques en bref*, Science et technologie, 13/2006, notes méthodologiques.

⁵⁵ Voir l'annexe 3 pour le détail de ces regroupements.

industries, elles sont présentes surtout dans celles de haute-moyenne technologie. On retrouve la même image (à un degré moindre) pour les nouvelles entreprises et celles de l'étranger. C'est donc dans les industries de haute-moyenne technologie et les services à forte intensité de connaissances que se trouve une grande partie des entreprises en contact avec la promotion économique.

Tableau 19

**Valeur ajoutée selon la catégorie d'entreprise (millions)
et parts dans la valeur ajoutée totale "promo" (2009)**

Entreprises	IMHT	IMBT	SFIC	SMIC	Autres	total
nouvelles	15	6	95	31	3	150
de l'étranger	39	5	122	95	0	261
en restructuration	918	89	2'368	1'432	22	4'828
total	971	100	2'585	1'559	24	5'240
Parts (%)	IMHT	IMBT	SFIC	SMIC	Autres	total
nouvelles	0.3	0.1	1.8	0.6	0.1	2.9
de l'étranger	0.7	0.1	2.3	1.8	0.0	4.9
en restructuration	17.5	1.7	45.2	27.3	0.4	92.1
total	18.5	1.9	49.3	29.7	0.5	100.0

Source : Calculs propres.

A noter que le total global de ce tableau (5'240) est légèrement différent de celui du tableau 17 (5'242), ce qui est dû aux arrondis des diverses étapes de calculs.

L'OCSTAT n'a établi ce tableau que pour 2009 et nous l'avons dès lors reconstitué pour l'ensemble de la période, car il nous a semblé intéressant d'observer l'évolution à travers le temps de la part de ces quatre catégories principales IMHT, IMBT, SFIC et SMIC, qui reflètent en quelque sorte les industries et services de "haute" qualité par rapport à ceux de "moindre" qualité. D'abord, si l'on compare leur valeur ajoutée à la valeur ajoutée totale "promo" (tableau 20), on observe en 2006 une forte poussée de la valeur ajoutée des industries de haute-moyenne technologie, leur part passant de 10,4% en 2005 à plus de 30% en 2006. Par la suite cette part diminue toutefois et tombe au-dessous de 20% en 2008-2009. N'empêche que la part moyenne au cours de la période 2006-2009 (22,1%) est nettement plus élevée que celle de la période 2002-2005 (10,3%). Les entreprises actives dans les services à forte intensité de connaissances se sont également renforcées en tendance au cours de la période 2006-2009, car la part moyenne est supérieure à celle de la période 2002-2005 (47,6% contre 44,4%). Si les contacts de la promotion économique avec ces deux catégories se sont développés plus fortement, c'est au détriment des industries de moyenne-basse technologie et des services à moindre intensité de connaissances.

Plus intéressante encore est l'image reflétée par le tableau 21, qui donne les parts de la valeur ajoutée de ces mêmes catégories, mais cette fois-ci dans la valeur ajoutée de ces mêmes catégories au niveau genevois. On voit clairement l'importance croissante des industries à haute-moyenne technologie (IMHT), au détriment de celles à moyenne-basse technologie (IMBT). Par rapport au tableau 20, la conclusion est cependant plus nuancée quant aux industries actives dans les services. Si les services à forte intensité de connaissances (SFIC) ont désormais un poids plus élevé dans la valeur ajoutée pour l'ensemble des SFIC (dans la lignée du tableau 20), celles à moindre intensité ont également un poids plus important dans la valeur ajoutée de l'ensemble des SMIC. Cela signifie que, si les entreprises actives dans les SMIC ont diminué relativement par rapport aux entreprises "promo", la diminution a été plus prononcée au niveau global genevois, d'où une augmentation de la part dans la valeur ajoutée totale.

Ces développements sont une autre illustration du fait que l'accent est désormais mis sur la qualité plutôt que sur la quantité en matière de promotion économique.

Tableau 20

**Parts des catégories principales "promo"
dans la valeur ajoutée totale "promo"**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	02-05	06-09
IMHT	9.6	9.2	11.9	10.4	30.4	22.9	16.4	18.7	10.3	22.1
IMBT	8.0	6.6	7.7	3.3	1.7	1.1	0.9	1.8	6.4	1.4
SFIC	47.8	48.9	39.5	41.3	31.5	50.6	58.8	49.3	44.4	47.6
SMIC	34.3	35.0	40.6	44.7	36.2	25.3	23.5	29.7	38.6	28.7
Autres	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.1	0.4	0.5	0.3	0.3

Source : Calculs propres.

A noter de nouveau que les légères différences qu'on peut observer avec le tableau 19 pour l'année 2009 proviennent des arrondis lors des calculs intermédiaires différents.

Tableau 21

**Parts des catégories principales "promo"
dans la valeur ajoutée totale genevoise des mêmes catégories**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	02-05	06-09
IMHT	3.6	3.9	5.5	5.9	24.2	31.0	26.7	28.7	4.7	27.7
IMBT	4.5	4.6	6.1	3.5	2.6	3.1	3.3	5.7	4.7	3.7
SFIC	2.6	3.1	2.7	3.6	4.1	11.4	17.5	13.8	3.0	11.7
SMIC	2.9	3.4	4.4	6.4	7.7	9.6	11.1	12.1	4.3	10.1
Autres	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	1.7	1.6	0.3	1.0
total	2.8	3.2	3.5	4.6	6.7	11.8	15.1	13.7	3.5	11.8

Source : Calculs propres.

2.4 Coût de la promotion économique

On peut comparer la contribution directe à l'économie genevoise des entreprises en contact avec la promotion économique (partie 2.3) aux coûts de la promotion économique, afin d'en déduire l'impact direct net. Le tableau 22 indique les divers types de coûts. Notons d'ores et déjà que la comparaison entre les deux périodes de législature est rendue plus difficile ici par le fait que nous utilisons deux sources différentes. De plus, nous nous sommes basés sur les chiffres du budget évolué. Si pour les rubriques des frais de fonctionnement, les différences restent minimales, c'est au niveau de la subvention à la FAE qu'il peut y avoir des différences, car les montants budgétisés ne correspondent pas forcément à ceux utilisés par la FAE. Quoiqu'il en soit, cela signifie qu'il peut y avoir une légère surestimation du coût pour certaines années.

Le tableau 22 indique que, au cours de la législature 2005-2009, les coûts de structure sont restés assez stables, de même que les coûts des actions spécifiques de la promotion économiques (essentiellement des subventions), mais seulement depuis 2007 pour ces dernières. Parmi les subventions, le montant le plus élevé est destiné à la FAE (environ 60% en 2009), suivi de l'incubateur Eclosion (28% en 2009).

Le tableau 23 montre que les coûts de la promotion économique sont largement inférieurs à la contribution des entreprises en contact avec la promotion économique. Il s'ensuit que l'impact direct net de la promotion économique pour le canton de Genève est élevé, non seulement en termes d'emplois, comme nous l'avons vu, mais également parce que les coûts de la promotion économique sont minimes et s'élèvent à moins de 1% de l'impact direct, le bénéfice pour le canton est donc important.

Tableau 22
Coûts de la promotion économique
(en francs)

	Frais de personnel	Frais de fonctionnement	Coûts de structure	Coûts de promotion dont	<i>Subventions</i>	Total
2002	1'466'743	192'588	1'659'331	16'928'127	15'573'351	18'587'458
2003	1'553'532	294'315	1'847'846	13'705'184	12'274'706	15'553'030
2004	1'696'317	466'839	2'163'156	13'682'403	12'370'876	15'845'559
2005	1'767'694	817'407	2'585'101	8'782'050	'7350'929	11'367'151
2006	1'697'794	1'322'656	3'020'450	12'126'789	11'940'220	15'147'239
2007	1'749'169	1'376'207	3'125'376	8'852'179	8'611'844	11'977'555
2008	1'672'934	1'623'476	3'296'410	7'619'012	7'338'685	10'915'422
2009	1'823'346	1'281'721	3'105'068	8'421'376	8'045'795	11'526'444

Source : Service de la promotion économique pour les années 2006-2009, Laboratoire d'économie appliquée, Genève, *Evaluation de la politique de promotion économique du canton de Genève*, mai 2006, pour les années 2002-2005.

Tableau 23
Impact direct net de la promotion économique
(millions)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Coût total de la promotion	19	16	16	12	16	13	12	12
Impact direct	950	1'053	1'262	1'672	2'343	4'306	5'815	5'172
Impact direct net	931	1'037	1'246	1'660	2'328	4'294	5'804	5'160
Part des coûts dans l'impact direct (%)	2.0	1.5	1.3	0.7	0.7	0.3	0.2	0.2

2.5 Impact indirect

Comme nous l'avons mentionné en introduction, l'estimation de l'impact indirect sur l'économie genevoise des entreprises en contact avec la promotion économique demande des informations au niveau de diverses variables telles que le montant des achats de biens et de services, l'origine des fournisseurs des entreprises, les impôts payés, les salaires versés, le lieu d'habitation des employés, entre autres. Par exemple, une entreprise qui achète des biens et services fait vivre ses fournisseurs qui, s'ils sont implantés dans le canton, auront un impact sur l'économie genevoise à travers leurs propres activités. En outre, les salaires distribués par les entreprises en contact avec la promotion économique sont dépensés dans le canton de Genève, du moins en partie, soit sous forme de consommation soit sous forme d'impôts et font ainsi vivre d'autres entreprises, etc. Il y a donc un effet multiplicateur qui entre en jeu. Or la recherche de toutes les données nécessaires pour ces calculs dépasserait largement le cadre de la présente étude. Nous nous sommes donc limités ici à tenter de mesurer l'impact indirect à travers une estimation des salaires versés par les entreprises en contact avec la promotion économique. En effet, les salaires distribués sont dépensés en partie dans le canton de Genève sous forme de consommation de biens et services. Une autre partie revient au canton soit directement soit indirectement sous forme d'impôts. Pour Genève s'ajoute le fait que c'est un canton frontière et que la proportion de frontaliers est plus élevée que pour d'autres cantons.

Nous avons à disposition le salaire médian pour la plupart des branches d'activité pour Genève, mais seulement pour certaines années. Après avoir complété les années manquantes⁵⁶, nous multiplions le salaire par le nombre d'emplois en équivalents plein temps et obtenons ainsi une estimation de la masse salariale versée par les entreprises "promo". Les résultats que nous obtenons⁵⁷ semblent plausibles, car, comme le montre le tableau 24, la part de la masse salariale des entreprises "promo" dans la masse salariale totale pour Genève est comparable à la part de la valeur ajoutée des entreprises "promo" dans la valeur ajoutée totale genevoise. On note cependant une valeur ajoutée proportionnellement plus élevée que celle de la masse salariale en 2006-2009.

⁵⁶ Par de simples techniques d'extrapolation.

⁵⁷ Et qui, à défaut de mieux, passent par un certain nombre d'hypothèses simplificatrices.

Tableau 24
Masse salariale et valeur ajoutée des entreprises "promo"
dans le total genevois (en %)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
part salaires	2.7	3.2	3.7	4.8	5.9	8.9	11.3	10.5
part VA	2.8	3.2	3.5	4.6	6.7	11.8	15.1	13.7

Source : Calculs propres et Office cantonal de statistique, Genève, *Evolution de la masse salariale dans le Canton de Genève*.

L'OCSTAT publie un tableau avec le nombre de frontaliers actifs selon les branches, ce qui permet de calculer la proportion des frontaliers actifs par rapport aux emplois totaux pour les branches considérées⁵⁸. Pour l'année 2008, la proportion des frontaliers actifs s'élève à environ 34% dans le secteur secondaire et à 15% dans le secteur tertiaire. Pour chacune des branches en considération, nous avons ainsi déduit la proportion des actifs non frontaliers et nous avons supposé que c'est cette proportion des actifs qui consomme dans le canton de Genève. Il s'agit là d'une autre hypothèse simplificatrice, car il faudrait en plus tenir compte du flux net des pendulaires, tâche qui dépasse également le cadre de la présente étude. En appliquant la proportion susmentionnée aux masses salariales pour les diverses branches, calculées précédemment, nous obtenons ainsi les revenus des employés engagés par les entreprises "promo". Dans une dernière étape nous estimons le revenu disponible et, comme il est souvent admis, nous supposons que la proportion marginale à consommer des biens et services s'élève à environ 80% du revenu disponible, ce qui correspond donc à la valeur injectée dans l'économie genevoise par les consommateurs "promo". Le tableau 25a résume les montants obtenus et donne une estimation de l'impact indirect des entreprises "promo" à travers la consommation engendrée par les salaires distribués.

Notons d'abord que le poids de l'impact indirect tel que mesuré ici (effet revenu) a diminué à partir de 2006, en passant de plus de 30% en 2002-2005 à moins de 30% en 2006-2009⁵⁹. Ceci vient du fait que, entre 2005 et 2008, la part des frontaliers actifs s'est accrue à la fois dans le secteur secondaire (de 27,8% à 33,9%) et dans le secteur tertiaire (de 13,1% à 15,1%). De plus, concernant les frontaliers par branche, nous n'avons des chiffres que pour les années 2005 (appliqués de 2002 à 2005) et 2008 (appliqués de 2006 à 2009), ce qui introduit un saut

⁵⁸ OCSTAT, Genève, *Etablissements, emplois, frontaliers et apprentis, par activité économique*. Pour la période qui nous intéresse ici, les chiffres n'existent que pour les années 2005 et 2008. Entre ces deux années, nous avons supposé que les proportions ne varient pas.

⁵⁹ A noter que lors d'une étude précédente, mais pour le canton de Vaud et dans un autre domaine, nous avons également trouvé un effet revenu se montant à environ 30% de la valeur ajoutée directe. Voir D.Nilles, *Les retombées sur l'économie vaudoise du Centre de Congrès et d'Expositions Beaulieu Exploitation S.A.*, Institut Créa, mars 2008.

entre 2005 et 2006. Cela dit, on retrouve quand même les conclusions décrites dans les parties précédentes, à savoir une augmentation du poids de la valeur ajoutée des entreprises en contact avec la promotion économique, poids qui est plus important encore si l'on tient compte de l'impact indirect.

Tableau 25a
Impact direct et indirect (à travers la consommation) des entreprises "promo"
(millions et %)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Impact direct	830	976	1'118	1'515	2'371	4'434	5'863	5'242
en % de la VA totale	2.8	3.2	3.5	4.6	6.7	11.8	15.1	13.7
Impact indirect	265	320	381	513	640	1'073	1'491	1'407
en % de l'impact direct	32.0	32.7	34.1	33.9	27.0	24.2	25.4	26.8
en % de la VA totale	0.9	1.0	1.2	1.5	1.8	2.9	3.8	3.7
Impact total	1'095	1'296	1'499	2'028	3'011	5'507	7'354	6'649
en % de la VA totale	3.7	4.2	4.7	6.1	8.6	14.7	18.9	17.4

Source : Calculs propres.

Tableau 25b
Impact total
Part dans la VA totale

	sans impact indirect	avec impact indirect
2002	2.8	3.7
2003	3.2	4.2
2004	3.5	4.7
2005	4.6	6.1
2006	6.7	8.6
2007	11.8	14.7
2008	15.1	18.9
2009	13.7	17.4

2.6 Impact des organisations internationales

A Genève, le secteur international s'est énormément développé depuis l'arrivée des premières organisations internationales au siècle passé. En raison de l'importance de ce secteur pour le canton, l'Office cantonal de statistique réalise chaque année une enquête auprès de l'ensemble des organisations internationales gouvernementales (OIG) afin de mesurer leur évolution en termes d'emplois et de dépenses. Ainsi, en 2009, les OIG actives à Genève employaient 18'196 personnes⁶⁰ dont plus de 13'400 fonctionnaires permanents⁶¹, la

⁶⁰ Environ 7% des emplois totaux à Genève.

⁶¹ Voir OCSTAT, *Les organisations internationales. Résultats de l'enquête 2009*, in Résultats statistiques n° 15, novembre 2009, et *Le domaine international à Genève*, Etudes et documents n° 49, novembre 2009.

moitié environ résidant en France voisine. Les dépenses totales (dépenses courantes et dépenses d'investissements) des OIG ont atteint 4,5 milliards en 2008.

Ces chiffres sont corroborés par nos propres calculs au niveau du PIB genevois. Les OIG représentent le secteur d'activité extraterritorial et sont exclues du calcul du produit intérieur brut (PIB), car elles n'appartiennent pas à un territoire économique spécifique⁶². Cependant, au vu de l'importance qu'elles occupent dans la vie économique du canton de Genève, l'estimation du PIB genevois a été complétée par le calcul d'un PIB incluant les OIG⁶³. Puisque ces entités ne sont pas à but lucratif, l'essentiel de leur valeur ajoutée est constitué des salaires, des contributions sociales et des amortissements. Nous avons ainsi estimé qu'en 2009 la valeur ajoutée des OIG se monte à environ 3 milliards, soit 7,9% du PIB genevois⁶⁴, ce qui constitue une proportion non négligeable et qui souligne encore une fois l'importance de ce secteur pour l'économie genevoise.

Dans le cadre du calcul du PIB genevois mentionné plus haut, nous avons estimé la valeur ajoutée seulement pour les OIG, mais non pour les missions permanentes, qui, de par leurs activités, contribuent cependant également à l'économie genevoise. Quant aux organisations internationales non gouvernementales (OING), il est à noter que plus de 90% de leurs activités sont comprises dans le PIB⁶⁵. On peut faire une estimation grossière de la valeur ajoutée des missions permanentes en se basant sur la valeur ajoutée des OIG, ce qui sous-tend que les activités des OIG et des missions permanentes peuvent être considérées comme équivalentes. Selon l'OCSTAT⁶⁶, le nombre de personnes employées par les missions représentent environ un cinquième de celui des OIG, ce qui donne environ 0,6 milliard en termes de valeur ajoutée. Si l'on additionne ces deux secteurs internationaux, on obtient une valeur ajoutée totale représentant 9,2% du PIB genevois⁶⁷. Nous tenons encore une fois à souligner que le montant pour les missions permanentes est estimé grossièrement, dans l'unique but d'avoir une idée de la contribution des organisations et missions internationales à l'économie genevoise. Il ne saurait en aucun cas être pris pour un montant exact.

⁶² Les consulats et missions permanentes ne sont pas inclus dans les OIG, car ils sont comptabilisés dans le produit intérieur brut de leur pays d'origine.

⁶³ Voir "Estimation du PIB du canton de Genève", *op.cit.*

⁶⁴ Il s'agit ici du PIB avant ajustements, c'est-à-dire avant l'imputation des impôts et subventions. Comparée au PIB après ajustements, la part de la valeur ajoutée des OIG s'élève à 7,4%.

⁶⁵ Pour les OING, ce sont leurs activités qui sont déterminantes et non leur appartenance territoriale. Par exemple, les activités du CICR sont classées parmi les branches médecine et aide humanitaire, entre autres. La plupart des activités des autres OING sont des activités associatives, entrant également en tant que branche dans le calcul du PIB.

⁶⁶ *Les organisations internationales. Résultats de l'enquête 2009*, in Résultats statistiques n° 15, novembre 2009, OCSTAT, et *Le domaine international à Genève*, Etudes et documents n° 49, OCSTAT, novembre 2009.

⁶⁷ Avant ajustements. Comparée au PIB après ajustements, cette part s'élève à environ 8,6%.

Conclusion

Les développements de cette partie permettent de souligner plusieurs points :

- 1) Au cours des années 2005-2009, le nombre d'entreprises en contact avec un organisme de promotion économique a augmenté faiblement, alors que le nombre des emplois a progressé plus que proportionnellement.
 - 2) Si le nombre d'entreprises en contact avec un organisme de promotion économique ne représente environ que 2% dans le total des entreprises du canton de Genève, le nombre d'emplois "promo" avoisine lui 10% du total des emplois.
 - 3) Depuis 2005, on observe une forte progression de la part de la valeur ajoutée des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique dans la valeur ajoutée totale du canton, la part passant de 4,6% à fin 2005 à 13,7% à fin 2009, les branches finance et commerce ainsi que l'industrie dans son ensemble contribuant le plus à cette progression. Au cours de la législature sous revue, la contribution des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique à l'économie du canton est nettement plus importante que lors des années 2002-2005.
 - 4) Le changement se remarque en particulier au niveau des branches à forte productivité, à savoir les industries de haute et de moyenne-haute technologie ainsi que les services à forte intensité de connaissances. L'objectif de la promotion économique de vouloir miser sur la "haute" qualité semble ainsi atteint et porter ses fruits en termes de retombées pour l'économie genevoise.
 - 5) Les coûts de la promotion économique sont très faibles puisqu'ils ne représentent que 0,2% à 0,3% de la valeur ajoutée des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique, ce qui est intéressant pour le canton.
 - 6) En 2009, les organisations internationales gouvernementales ont injecté environ 3 milliards dans l'économie genevoise, ce qui représente presque 8% du PIB genevois et témoigne de l'importance de ce secteur pour l'économie genevoise. Si l'on tient compte des missions permanentes, à travers une estimation grossière il est vrai, la contribution atteint un peu plus de 9%.
 - 7) Si l'impact des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique sur l'économie genevoise est plus que positif, ceci n'est pas uniquement dû aux actions de la promotion économique. Le lien direct entre les actions de la promotion économique et la création ou le maintien des emplois nécessiterait une étude plus poussée.
-

III. EVALUATION DE LA DURABILITÉ DES ACTIVITÉS DE LA PROMOTION ÉCONOMIQUE⁶⁸

1. INTRODUCTION

Selon les termes du mandat, l'objectif de ce travail est "d'estimer l'impact (des activités de la promotion économique) dans le domaine du développement durable" et "d'estimer l'impact de la politique de pôles de développement dans le cadre du projet d'agglomération genevois". Ainsi, cette partie propose des pistes de réflexion sur la base d'une première évaluation de la durabilité de la politique de promotion économique du canton de Genève au cours de la période de législature 2005-2009.

L'évaluation de la durabilité présentée dans cette partie se base sur les recommandations faites par l'Office fédéral du développement territorial (ARE)⁶⁹. Une telle évaluation ne donne pas un résultat précis, figé et définitif, elle sert de base de réflexion et d'optimisation. Les différentes pistes proposées reposent sur la lecture de documents existants (mentionnés dans le texte) ainsi que sur des entretiens menés avec les acteurs de la promotion économique du canton de Genève.

Après une brève présentation de la procédure de travail, cette partie analyse les objectifs de la promotion économique durant la législature 2005-2009. Ces derniers sont discutés point par point puis ils sont confrontés – dans leur ensemble – aux indicateurs du développement durable qualifiant l'état du canton⁷⁰. La question des impacts de la politique de pôles de développement dans le cadre du projet d'agglomération franco-valdo-genevoise est brièvement commentée ensuite. Pour finir, des recommandations sont formulées en vue de rendre la prochaine évaluation de la durabilité des activités de la promotion économique du canton de Genève plus efficace.

⁶⁸ Pour les références, voir l'annexe 4.

⁶⁹ Office fédéral du développement territorial (ARE), 2007: *Evaluer la durabilité des projets dans les cantons et les communes – Guide pratique*.

⁷⁰ *Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève*, Office cantonal de la statistique (OCSTAT) Genève, Genève 2009.

2. MÉTHODE

2.1 Evaluation de la durabilité des projets

L'évaluation de la durabilité est un instrument d'optimisation qui vise à renforcer, de façon globale, la prise en compte de la durabilité lors de l'établissement de projets ou de prises de décisions politiques. L'évaluation de la durabilité permet d'estimer l'impact d'une politique sur l'économie, la société et l'environnement et de mettre en évidence les conflits d'objectifs.

Afin de pouvoir estimer l'impact de la politique de promotion économique, il est nécessaire de se référer à une base. Compte tenu de la durée du mandat, il n'était pas possible de définir une base propre à cette évaluation et de débattre du choix des indicateurs. De plus, le développement d'une base propre soulève toujours des questions de légitimité. Le canton de Genève ayant publié, en avril 2009, des indicateurs du développement durable qualifiant l'état du canton⁷¹, ces derniers ont été choisis pour analyser les objectifs de législature de la promotion économique. En effet, cette grille d'indicateur est la référence légitime pour Genève.

Compte tenu de l'ampleur et de la diversité des projets menés par la promotion économique du canton de Genève, une quantification des impacts de chaque projet n'était pas envisageable dans les délais impartis. C'est sur la base d'entretiens avec les acteurs clés de la promotion économique et du développement durable de Genève que les réflexions ont été formulées. L'ensemble des activités de la promotion économique a été confronté de façon qualitative aux indicateurs du développement durable qualifiant l'état du canton.

2.2 Impacts de la politique des pôles de développement

L'impact de la politique de pôles de développement dans le cadre du projet d'agglomération franco-valdo-genevoise est simplement commenté. Aucune base de comparaison n'étant à disposition, une estimation chiffrée des progrès accomplis n'est pas possible.

⁷¹ *Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève, op. cit.*

3. RÉSULTATS

Le développement durable est intégré au cadre législatif du canton de Genève aussi bien dans la LDévEco⁷² que dans la LDD⁷³, l'intention de lier développement économique et durabilité est clairement formulée. Des actions de sensibilisation sont organisées par la promotion économique et le service du développement durable du canton. L'intention de soutenir prioritairement les entreprises endogènes ou exogènes à caractère durable est tangible. Le soutien à la création d'entreprises dans le canton induit par définition un impact positif sur le plan économique. L'impact sur l'environnement et la société dépend du type d'entreprises créées.

3.1 Évaluation point par point de la durabilité des objectifs économiques de la législature 2005-2009

Les objectifs économiques de la législature 2005-2009⁷⁴ sont présentés et discutés ci-dessous sous l'angle de la durabilité.

3.1.1 Stimuler la création d'entreprises

Impact environnemental

Les entreprises en contact avec la promotion économique⁷⁵ à Genève pendant la dernière législature sont principalement des entreprises du secteur tertiaire (82,1% en 2009). Ces entreprises sont des entreprises de commerce, de services aux entreprises et informatiques. Du fait du caractère immatériel de leur production, les services sont moins polluants que l'industrie ou l'agriculture⁷⁶ mais restent consommateurs d'énergie et producteurs de déchets. Pour diminuer ces impacts, des démarches d'écologie de bureau et des réflexions sur les transports jusqu'au lieu de travail et les déplacements professionnels des collaborateurs sont nécessaires. En ce qui concerne les commerces, une attention particulière est à porter sur la gestion des invendus (recyclage, downcyclage ou élimination). Une analyse détaillée des

⁷² rsGE I 1 36 : *Loi en faveur du développement de l'économie et de l'emploi* (LDévEco) du 20 janvier 2000.

⁷³ A 2 60 : *Loi sur l'action publique en vue d'un développement durable* (Agenda 21), (LDD) du 23 mars 2001.

⁷⁴ Voir l'annexe 1.

⁷⁵ OCSTAT, *Enquête sur les entreprises en relation avec un organisme de promotion économique dans le canton de Genève*, résultats 2008.

⁷⁶ IFEN, *La tertiarisation de l'économie et la réduction des émissions de CO2* in Les données de l'environnement, numéro 95, septembre 2004.

impacts environnementaux liés à l'ensemble des entreprises créées dépasse le cadre de ce mandat. Nous recommandons simplement, pour suivre la durabilité environnementale des entreprises soutenues, de récolter des informations sur le nombre d'entreprises ayant entrepris une démarche de management environnemental (type ISO 14000).

Impact social

L'impact dans le domaine social de la création d'emploi est ambivalent. D'une part, des emplois sont créés, ce qui diminue le taux de chômage. Parallèlement, particulièrement à Genève, l'arrivée de nouveaux habitants augmente la pression dans les domaines du transport et du logement. Seule une politique concertée avec les autorités compétentes de ces domaines permet un développement harmonieux.

Discussion

Pour terminer, notons que le choix des entreprises qui sont soutenues se base sur des critères économiques et que le choix final est politique. La définition et la publication de critères – incluant des aspects environnementaux et sociaux – seraient appropriées.

Pour fixer des critères adéquats, il serait intéressant de mettre en adéquation l'offre et la demande de ressources à Genève. Les ressources humaines, ressources naturelles et ressources économiques du canton pourraient être inventoriées en vue de promouvoir les activités économiques – les entreprises - utilisant ces ressources. Un tel projet est en cours dans le domaine de l'énergie, le projet VIRAGE – pour Valorisation Intensive des énergies renouvelables dans l'agglomération genevoise – mené par le Groupe énergie de l'Université de Genève. Le ScanE (Service cantonal de l'énergie) cherche également à quantifier les ressources disponibles localement (biomasse, Rhône et lac) afin d'améliorer la politique énergétique du canton.

3.1.2 Simplifier l'accès du public aux prestations

Il ne nous a pas paru pertinent d'analyser en détail ce point. Notons simplement que la simplification de l'accès aux prestations permet de limiter des dépenses en temps et en énergie pour les requérants. Il serait positif de mettre en avant – en lien sur le e-guichet - les actions du service du développement durable dédiées aux entreprises. Le Guide des PME durables ou le guide d'autoévaluation des entreprises sur internet sont des outils intéressants.

3.1.3 Densifier la politique touristique

Impact environnemental

Le tourisme a un impact globalement négatif sur l'environnement dû au transport des voyageurs et à leur hébergement (consommation d'eau et d'énergie). Afin de limiter les effets non désirés, Genève s'engage en faveur de la durabilité. Genève a signé la charte du développement durable du tourisme suisse du 3 avril 2009.

Impact social

L'impact dans le domaine social de la création d'emplois est globalement positif. Il est difficile d'analyser la question plus à fond faute de données. Il aurait été intéressant de savoir combien de manifestations de quels types avaient eu lieu pendant la période sous revue.

Discussion

La mise en valeur de certains avoirs comme la descente en bateau du Rhône (juxtaposition de Chenevriers, centrale solaire, réserve naturelle et terroir agricole ainsi que territoire viticole et pourquoi pas agriculture biologique) est positive.

La nouvelle orientation du tourisme genevois est le tourisme de congrès. Les efforts en faveur de la durabilité des manifestations touristiques sont propres au type de manifestation : on ne peut pas interdire l'usage de matières explosives pendant les fêtes de Genève. Dans le domaine du tourisme, l'amélioration continue reste l'objectif principal. Les labels du tourisme assurant la qualité représentent un avantage compétitif. Il serait intéressant pour Genève de s'intégrer à ce type de démarches à l'image de Zurich.

3.1.4 Faciliter l'activité commerciale à Genève

Cet objectif n'a pas pu être étudié en détail faute d'informations.

Impact environnemental

En facilitant l'activité commerciale à Genève, on lutte indirectement contre l'implantation de nouveaux centres commerciaux en périphérie. Le résultat est une stabilisation des effets négatifs liés aux transports vers les commerces.

Impact social

Faciliter et encourager l'activité commerciale au centre ville de Genève est un moyen de préserver la vie dans la cité, ce qui est très positif du point de vue social.

3.1.5 Créer des nouveaux pôles économiques d'excellence et valoriser les pôles existants

Impact environnemental

Les clusters permettent d'augmenter et de concentrer le savoir-faire, ce qui est bénéfique pour l'économie, mais également pour l'environnement car le savoir environnemental est également concentré et mieux partagé.

Impact social

La présence d'une forte concentration d'entreprises du même domaine permet un renforcement du savoir comme dit ci-dessus.

Discussion

Il serait intéressant de pousser la démarche du projet Ecosite⁷⁷ plus loin et d'analyser plus en détail les pôles économiques d'excellence sous un angle éco-industriel, c'est-à-dire en décrivant toutes les ressources que ces entreprises consomment et tous les déchets qu'elles

⁷⁷ Massard G. et Erkman S., *A web-GIS tool for industrial symbiosis – Preliminary results and perspectives*, 23rd International Conference on Informatics for Environmental Protection. Berlin. Shaker Verlag. 2: 269-276, Berlin, 2009, et Costa I., Massard G. et Agarwal A., "Waste management policies for industrial symbiosis development: case studies in European countries", *Journal of Cleaner Production*, **18**(8): 815-822.

produisent pour détecter d'éventuelles symbioses entre entreprises ou collaborations possibles. Le développement de parcs éco-industriels, mélangeant des entreprises de clusters complémentaires permettraient de favoriser des collaborations intéressantes du point de vue économique et environnemental.

3.2 Synthèse de la durabilité des objectifs économiques

Les activités de la promotion économique ont été mises en perspective de façon qualitative par rapport aux indicateurs de développement durable⁷⁸. La figure ci-dessous présente la synthèse de l'analyse. Le détail de la notation et les commentaires s'y rapportant se trouve en annexe 4.

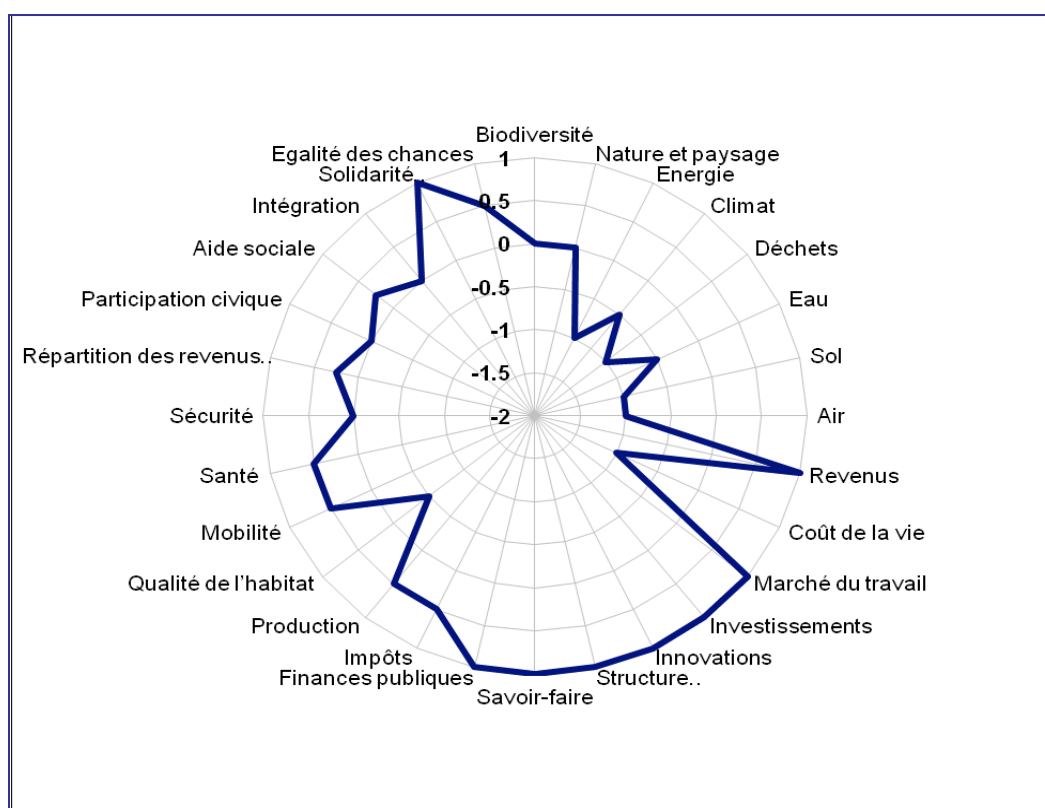


Figure 1 : Mise en perspective des activités de la promotion économique par rapport aux indicateurs de développement durable. Les impacts varient de +1 (impact positif) à -1 (impact négatif). Ces chiffres sont basés sur des estimations ad hoc.

On remarque que l'impact de la promotion économique est largement positif dans son ensemble (plus d'impacts positifs que d'impacts négatifs). En ce qui concerne les indicateurs économiques suivants : revenus du canton, marché du travail, investissements, innovations,

⁷⁸ *Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève*, Office cantonal de la statistique, OCSTAT, Genève, 2009.

structure économique, savoir-faire, finances publiques, impôts, ainsi que les indicateurs sociaux : répartition des revenus et de la fortune, solidarité interrégionale et égalité des chances, l'impact est très positif. L'impact est neutre ou faible en ce qui concerne les indicateurs sociaux suivants : intégration, aide sociale, participation civique, sécurité, santé, mobilité et indicateur environnemental qualifiant la biodiversité. C'est, sans surprise, dans le domaine environnemental que les impacts négatifs sont les plus importants. L'augmentation de l'activité économique étant liée à une plus grande consommation d'énergie, des émissions de CO₂ plus importantes, une plus grande production de déchets, une plus grande consommation d'eau et de surfaces et plus de pollution dans l'air. A Genève, l'effet sur le coût de la vie et la qualité de l'habitat est également négatif.

Pour limiter ces impacts négatifs, la politique de promotion économique pourrait prendre un certain nombre de mesures. Une gestion des zones industrielles résolument orientée vers la densification, l'accueil d'entreprises du domaine environnemental (recycleurs, experts en énergies renouvelables) et la mise en place de symbioses industrielles entre entreprises présentes sur le terrain peut influencer positivement l'évaluation. La promotion économique du canton pourrait également avoir une influence positive sur le nombre d'entreprises s'engageant dans une démarche environnementale de type ISO 14000 ou sur la signature d'accords sociaux et solidaires.

3.3 Impact de la politique de pôles de développement dans le cadre du projet d'agglomération franco-valdo-genevoise

Le projet d'agglomération franco-valdo-genevoise est le résultat d'un regroupement de plusieurs échelles du territoire (communes, villes, groupement de communes) autour d'un projet commun visant à développer ce territoire de façon durable. Une vision par pôle de développement permet une approche pragmatique pour l'intégration de nouvelles entreprises sur ce territoire. Cette politique des pôles de développement est en cours de définition. Il en ressort une réelle volonté de rééquilibrage de l'emploi lié aux conditions-cadres et à l'attractivité des différentes régions de l'agglomération.

Conclusion

Cette mise en perspective permet de visualiser les impacts environnementaux et sociaux de la politique de promotion économique. Cette étude confirme l'existence de certains problèmes comme la pression accrue sur les logements, la pression due au trafic, l'augmentation de la

consommation d'énergie et d'eau. Parallèlement, elle met en avant la nécessité de créer des opportunités de collaborations entre entreprises dans le but d'économiser des ressources. La valorisation d'une ressource (par exemple : eau de refroidissement utilisée successivement par différents établissements) par plusieurs entreprises permet de réduire les coûts tout en améliorant l'image des entreprises et de la région.

Pour avoir une politique de promotion économique durable, il est nécessaire de définir des objectifs en termes de durabilité clairs et précis. Le développement durable est lié à toutes les différentes politiques publiques du canton, il est donc nécessaire de développer des politiques transversales : par exemple entre le service du logement et la promotion économique. Les objectifs doivent ensuite être précisés en termes de cible à atteindre. C'est seulement sur cette base que la politique de promotion économique deviendra plus durable. Parallèlement, sans ces précisions, l'évaluation de la politique reste générale et vague. Par exemple, on peut imaginer que pour maintenir les conditions-cadres de l'économie genevoise, on décide de lier le point 1 de la promotion économique - stimuler la création d'entreprises – avec une politique du logement pour les nouveaux arrivants. Le nouvel objectif à définir serait stimuler la création d'entreprises et loger 60% des nouveaux arrivants sur le territoire du canton – chiffre et cible contrôlables au terme de la prochaine législature. Si l'objectif n'est pas atteint, on peut chercher à comprendre la raison. En bref, une meilleure intégration de la durabilité dans les politiques de promotion économique par le biais d'activités ciblées transversales est à inciter.

Pour conclure cette partie, signalons encore une étude en cours de réalisation sur l'analyse comparée des conditions d'exercice des activités économiques en France et en Suisse⁷⁹. L'objectif de l'étude est d'analyser l'effet frontière en comparant l'implantation d'entreprises, sur chaque territoire de l'agglomération, sur les thèmes de la fiscalité, du coût du travail, des aides ciblées et du coût de l'immobilier. Les résultats de cette étude seront publiés en cours d'année.

⁷⁹ *Analyse comparée des conditions d'exercice des activités économiques en France et en Suisse. Echantillonnage sur 8 branches d'activités et 4 facteurs quantitatifs*, Eurex, 2010.

IV. LES CONDITIONS-CADRES

1. Introduction

A l'heure de la mondialisation et de la disparition de barrières commerciales entre villes et pays et soucieuse de garder une certaine compétitivité vis-à-vis d'une multitude de concurrents potentiels, nationaux et internationaux, la politique de promotion économique du canton de Genève doit tout mettre en œuvre pour cibler et consolider les conditions-cadres du développement économique sur son sol, en essayant d'attirer et de convaincre des entreprises expérimentées, jugées à la pointe de leur secteur, ou de jeunes sociétés en devenir, à choisir le bout du Léman pour s'implanter dans une logique avouée de croissance à long terme et de dynamisme économique.

Pour que Genève gagne en compétitivité et en visibilité face à d'autres centres économiques reconnus, il est judicieux de cibler les qualités avérées et les éventuelles faiblesses du canton en matière de conditions-cadres, pour permettre à la politique de promotion économique de répondre de la façon la plus adaptée aux exigences de ses partenaires économiques actuels et futurs, en examinant les conditions-cadres du développement économique.

2. Méthodologie

Nous avons formé un échantillon représentatif d'entreprises établies à Genève, ventilées par secteurs économiques, afin d'obtenir une base de données qualitative agrégée facilement analysable.

Premièrement, le gros du travail consistait à contacter et à s'entretenir avec différentes sociétés, actives dans le canton au cours des années 2005-2009.

Deuxièmement, ces sociétés devaient représenter de façon large et équilibrée les principaux secteurs économiques de Genève.

Nous avons ainsi contacté vingt-trois entreprises diverses et variées. Quatorze entreprises⁸⁰ ont accepté un entretien, soit téléphonique, soit physique, ou nous ont communiqué par écrit leurs points de vue, nous permettant de récolter de précieuses données qualitatives sur les

⁸⁰ Soit un taux de réponse de 61%, relativement élevé.

opinions de leurs dirigeants concernant les conditions-cadres qui ont pu les convaincre à choisir Genève plutôt qu'un autre canton ou un autre pays.

Dans un souci de biaiser au minimum les réponses fournies par nos interlocuteurs, les discussions se faisaient de manière informelle et nous commençons en général par poser une question très large du type: "Quelles sont les conditions-cadres spécifiques au canton de Genève qui vous ont amené à implanter votre entreprise ici plutôt qu'ailleurs?", laissant ainsi libre cours à l'interrogé d'évoquer naturellement les points qui lui tenaient le plus à cœur. Puis nous dirigeons l'interviewé sur des points plus précis.

Finalement, en traitant les données obtenues pour chaque entreprise interrogée, il a été possible d'agréger l'information et de l'ordonner, ciblant les atouts et les faiblesses du canton de Genève de façon claire et précise, en utilisant une méthode simple. Celle-ci consiste à attribuer, pour chaque intervenant, des points en fonction de l'importance d'une condition-cadre afin d'obtenir au final un ordre de préférence claire et succinct. Idem pour les conditions-cadres défavorables au développement économique. En sommant les points obtenus pour chaque condition-cadre, on obtient l'ordre d'importance agrégé des dirigeants d'entreprises concernant les meilleures et les moins bonnes conditions-cadres.

3. Analyse et résultats

La liste suivante de onze conditions-cadres principales⁸¹, sur lesquelles on a basé notre analyse, décrit avec justesse les principaux caractères d'attractivité de la zone géographico-économique genevoise :

- Qualité de vie
- Infrastructures relatives à l'aménagement et au logement
- Fiscalité
- Infrastructures et mobilité
- Diversité, qualité et coûts des services offerts
- Soutien aux entreprises
- Disponibilité, compétitivité, productivité, flexibilité et qualification de la main d'œuvre

⁸¹ Liste fournie par le SPEG, voir l'annexe 1.

- Qualité de la formation
- Contraintes administratives
- Soft power et networking
- Infrastructures culturelles, sportives et d'échanges économiques

Ces conditions-cadres ont toutes été abordées, d'une façon ou d'une autre, par les responsables d'entreprises interrogés, que ce soit positivement au sujet des raisons de leur implantation à Genève ou négativement concernant les obstacles rencontrés lors de leur déménagement ou dans leurs affaires de tous les jours. Citées de façon répétitive, certaines semblent jouer un rôle plus important que d'autres. C'est pourquoi, comme expliqué auparavant, nous avons décidé de les ordonner rigoureusement de façon progressive par degré de récurrence. D'un côté les cinq conditions-cadres les plus appréciées à Genève, de l'autre les cinq les plus défavorables pour le développement économique du canton.

Ainsi, après un traitement minutieux des données qualitatives à disposition, on s'aperçoit premièrement de l'importance flagrante du "soft power" du canton et des possibilités de networking en son sein. Le "soft power" genevois tient principalement en quatre éléments : Genève vue comme une ville internationale, comme une place géographique centrale, comme une région neutre et comme une ville à dimension humaine. Toutes ces valeurs sont de l'ordre du rayonnement et du reflet de Genève dans l'imagerie collective. C'est un capital sympathie à conserver et à faire fructifier par le biais de la promotion économique et touristique. Cette centralité qui définit Genève lui confère un caractère de plateforme incontournable favorisant le réseautage professionnel et social au niveau européen et même international. Logeant sur son sol de nombreuses organisations internationales de renom, le canton jouit d'une aura prestigieuse.

Deuxièmement, sa mixité campagne-ville, son environnement avantageux entre lac et montagnes et sa relative tranquillité politique ou sécuritaire sont des atouts probants aux yeux des nouveaux arrivants, permettant au canton de Genève de se vanter d'avoir une des meilleures qualités de vie aux yeux des responsables d'entreprises. En effet, sa géographie particulière située à deux pas des Alpes permet aux entreprises de proposer à leurs collaborateurs des activités de choix, tant en été qu'en hiver, et l'abondance de la campagne donne le droit aux employés de travailler dans un cadre environnant très ressourçant. Il serait donc bon de privilégier à long terme une densification en hauteur de la ville (zone PAV) plutôt qu'une horizontalisation des constructions au détriment de la ceinture campagnarde. Toutefois, le bilan n'est pas tout rose : l'attention est attirée sur la recrudescence de la petite

criminalité tels que les vols, les agressions et les cambriolages, souvent vécus par les intervenants et nuisant à la qualité de vie tant appréciée.

Troisièmement, une condition-cadre très attrayante aux yeux des sociétés établies dans le canton de Genève se révèle être une main d'œuvre qualifiée, abondante sur place, jouissant d'un capital humain élevé. En effet, le marché du travail genevois offre aux nouveaux arrivants des travailleurs hautement qualifiés, qui ont bénéficié d'une éducation de pointe, soit localement dans les grandes universités, soit à l'étranger. Face aux contraintes économiques mondiales, cette main d'œuvre est indiscutablement compétitive, faisant preuve d'une belle productivité. La flexibilité du marché de l'emploi, c'est-à-dire les possibilités d'embauche et de licenciement, est maximale. Néanmoins, il y a une petite ombre au tableau, car, malgré la présence de l'Ecole polytechnique de Lausanne (EPFL) et de plusieurs écoles d'ingénieurs, un déficit flagrant d'ingénieurs est à souligner dans la région, freinant le développement économique de certains secteurs industriels de pointe.

Quatrièmement, la fiscalité des entreprises et des personnes physiques joue un rôle non négligeable en faveur du canton pour attirer de nouvelles entreprises, faisant de la place un lieu de choix pour l'établissement de nombreux quartiers généraux de multinationales de grande envergure. Sa fiscalité avantageuse aide Genève à garder son statut de centre financier de pointe au niveau mondial et lui permet de rester un acteur clé au niveau de la négoce des matières premières et de l'énergie. Quand aux jeunes start-up spécialisées dans les biotechnologies, elles manifestent la satisfaction de profiter d'une fiscalité avantageuse et en particulier de l'absence d'impôt sur la plus-value du capital, qui leur permet de profiter d'investissements juteux d'un actionariat solide en échange de paquets d'actions. Par contre, toujours en lien avec ce secteur innovant, selon les responsables nouvellement actifs, le manque d'un pool de capital-risque se fait réellement sentir à Genève, prétéritant l'essor de ce secteur clé. Après avoir récemment fait des efforts fiscaux pour attirer un pool d'hedge funds dans le canton de Genève, il serait judicieux de faire de même avec le capital-risque, nécessaire aux start-up.

Finalement, le dernier des avantages du canton de Genève semble être l'ensemble des faibles contraintes administratives rencontrées au jour le jour par les dirigeants nouvellement établis. La simplicité administrative des procédures et la très bonne juridiction des affaires sont louées par les nouveaux venus, à l'instar du droit de propriété intellectuel suisse considéré comme avantageux. Moins une entreprise passera du temps dans la paperasse stérile, plus elle s'occupera de tâches productives pour l'économie genevoise, ce qui justifie

un effort continuuel de simplification pour la bonne marche des affaires des entreprises sur sol genevois.

Le tableau ci-dessous donne les conditions-cadres jugées avantageuses.

1. Soft power et networking
2. Qualité de vie
3. Disponibilité, compétitivité, productivité, flexibilité et qualification de la main d'œuvre
4. Fiscalité
5. Contraintes administratives

Inversement, certaines conditions-cadres ne semblent pas être à la hauteur des ambitions de Genève et mériteraient un effort plus soutenu de prise en compte, afin de guider la future politique de promotion économique.

En premier, il apparaît que les infrastructures relatives à l'aménagement et au logement font cruellement défaut, portant préjudice à l'installation de nouvelles sociétés sur le territoire. Le manque criant de logements pour accueillir les employés nouvellement arrivés et le relatif déficit de bâtiments commerciaux freine le dynamisme économique du canton. Les responsables d'entreprises doivent s'y prendre à plusieurs fois, au fruit de nombreux efforts, avant de dénicher la perle rare. D'un côté le centre ville, très couru par le secteur tertiaire, semble saturé, et de l'autre, aucun projet de développement de nouvelles zones industrielles n'a été mis sur pied pour désengorger les sites actuels. Quand au marché de l'immobilier résidentiel, il obtient la médaille du pire taux de vacance au niveau suisse, compliquant considérablement les efforts de délocalisation sur sol genevois pour une société étrangère. On assiste à une pénurie immobilière qui affecte toutes les catégories de logements. Il serait bon de mettre en place les politiques publiques appropriées pour pallier ce manque d'infrastructures, en construisant verticalement au centre ville et en déclassant avec parcimonie certaines zones agricoles obsolètes, tout en faisant bien attention de préserver le caractère naturel genevois tant apprécié par l'extérieur. A noter également le manque de places vacantes dans les établissements scolaires privés de la région pour prendre en charge les enfants de cadres internationaux arrivés à Genève et une politique transfrontalière d'aménagement jugée chaotique.

En deuxième, même si les faibles contraintes administratives sont souvent citées comme un atout, il faut néanmoins être attentif au fait, régulièrement évoqué par les intervenants, que la question européenne peut s'avérer être une contrainte administrative et légale, obligeant l'entreprise à ne pas s'investir pleinement en Suisse en gardant un pied à terre européen. Ainsi la problématique de l'adhésion européenne devrait probablement être prise plus au sérieux et être soutenue par nos dirigeants politiques, en pesant le pour et le contre, à moyen terme, dans l'optique du développement économique genevois.

En troisième, les responsables des sociétés ont pointé du doigt le relatif manque d'infrastructures culturelles et sportives dans le canton de Genève. En apparence secondaire, d'un point de vue socio-culturel, cette condition-cadre s'avère paradoxalement déterminante quant à l'attractivité d'un lieu sur une main d'œuvre fraîchement arrivée dans le canton. Une ville qui se veut dynamique et séduisante se doit de proposer une offre de divertissements et de loisirs à la hauteur de ses ambitions. Les infrastructures sportives vétustes ou vieillissantes doivent être remplacées. L'offre culturelle et artistique devrait être soutenue pour animer un centre-ville souvent qualifié de morose⁸², en privilégiant la mixité et la cohésion entre genevois et nouveaux arrivants.

En quatrième, l'information agrégée obtenue grâce aux entretiens montre indéniablement les lacunes de Genève en matière d'infrastructures liées à la mobilité. En effet, même si unanimement les dirigeants d'entreprise louent la qualité de l'aéroport international de Genève qui connecte efficacement le canton au reste de l'Europe et au monde, permettant le bon déroulement des affaires économiques, ces derniers ne décolèrent pas quant à l'inefficience du réseau de mobilité local. L'accès au centre ville quotidiennement congestionné par voie automobile, la faible qualité des transports publics et leurs coûts, ainsi qu'un réseau ferroviaire surchargé, sont toutes trois des caractéristiques en défaveur de la mobilité genevoise. De plus, les responsables d'entreprise souhaiteraient l'amélioration des lignes à grande vitesse connectant le canton aux grandes villes françaises voisines telles que Lyon et Grenoble, une remise en ordre d'un réseau ferroviaire franco-valdo-genevois quasiment inexistant et finalement ils attendent le CEVA de pied ferme.

Pour finir, la question du soutien aux entreprises par le biais d'organismes étatiques ou associatifs a souvent été évoquée. Globalement efficace pour aider les entreprises, qui projettent de s'installer sur sol genevois, à dénicher des locaux et à s'orienter dans un nouveau

⁸² D'ailleurs plusieurs émissions de radio ou de télévision ont mis en évidence que les Genevois préfèrent aller s'amuser à Lausanne.

cadre administratif, proposant des allègements fiscaux et autres facilités, le soutien économique ne satisfait pourtant pas ces interlocuteurs à tous les coups. Pas toujours au courant des dossiers, parfois faisant preuve de lenteur, ne pouvant pas toujours faire des miracles, les organismes d'aide aux entreprises déçoivent certains responsables qui s'attendaient à ce qu'ils déplacent monts et merveilles pour eux. Néanmoins, cette vision n'est pas partagée par tous : le caractère pro-actif du canton récolte même une comparaison flatteuse avec l'Etat de Singapour et sa promotion économique, connue comme agressive et surtout très efficace.

Le tableau ci-dessous donne les conditions-cadres les moins bonnes.

1. Infrastructures relatives à l'aménagement et au logement
2. Contraintes administratives (liée à la question européenne)
3. Infrastructures culturelles, sportives et d'échanges économiques
4. Infrastructures et mobilité
5. Soutien aux entreprises

Conclusion

Pour conclure, on peut affirmer que nos entretiens avec les entrepreneurs de sociétés nouvellement arrivées sur sol genevois ont été très instructifs. En effet, en agréant l'information qualitative obtenue, on a pu cibler au mieux la vision d'un interlocuteur type au sujet des points forts et des points faibles du canton en matière de conditions-cadres. Comme le prouvent nos deux tableaux récapitulatifs, non seulement nos résultats confirment certaines idées reçues, mais ils peuvent également réserver certaines surprises.

Ainsi, au niveau des surprises, on retrouve le "soft skill" du canton et de sa ville en tête du peloton des conditions-cadres les plus attirantes. Ceci décrit le fait que Genève est une ville résolument internationale avec son lot d'organisations prestigieuses et un aéroport d'envergure continentale, tout en gardant une taille humaine appréciable. Ce dernier point se retrouve également dans la qualité de vie du canton, entre lac et campagne, qui est louée par tous. Moins surprenant, la qualité de la main d'œuvre et la fiscalité du canton font bien sûr partie des bons points. Avec les faibles contraintes administratives pour les entreprises on a ainsi un bon aperçu des acquis du canton de Genève.

A propos des attentes vis-à-vis de Genève, un déficit criant d'infrastructures se fait ressentir, allant du logement aux surfaces commerciales, en passant par les transports et la culture. A côté de cela et plus atypique, en première place, la question européenne et l'isolement de la Suisse sont revenus négativement de façon récurrente, stoppant d'éventuelles envies de développement sur sol genevois par nécessité de garder un pied dans l'UE. En deuxième place, pour un lieu qui se veut attractif envers des industries à la pointe de la technologie, à l'instar du soutien actuel à certaines jeunes pousses prometteuses dans la biotechnologie, un effort fiscal devrait être fait pour favoriser la venue de capital-risque, vital pour le financement et la croissance des start-up, car le développement de l'un ne va pas sans l'autre. En troisième place, la présence du soutien économique au sein de la liste des points négatifs pourrait interloquer plus d'un. Mais, cela est dû au caractère impitoyable de la compétition internationale dont est victime le canton. Cette position permet aux entreprises d'en demander toujours plus, inlassablement, même si au fond, selon certains, la promotion économique de Genève est parfois comparable à celles des plus grandes villes du monde.

Pour terminer cette partie, citons également quelques résultats d'une étude portant sur les conditions-cadres de Genève comparées à celles de Bâle et de Zurich⁸³ :

- Fiscalité : globalement, la situation fiscale des entreprises et des particuliers est plus légère à Zurich qu'à Bâle ou à Genève ; l'impôt sur le capital est nettement plus élevé à Genève qu'à Zurich et l'impôt sur les personnes physiques est également moins avantageux à Genève qu'à Zurich. Notons toutefois que Genève a progressivement amélioré sa situation concurrentielle dans le domaine fiscal – sa charge fiscale ayant nettement diminué entre 2000 et 2006 – et est parmi les cantons ayant la progression fiscale la plus faible⁸⁴.
- Formation : même si les trois cantons disposent tous d'un système de formation performant, Genève a un des plus hauts taux de diplômés universitaires en Suisse. L'important réseau d'écoles privées multilingues constitue également un atout pour Genève.
- Financement des nouvelles entreprises : l'aide aux start-up est plus développée à Genève qu'à Zurich et Bâle, Genève disposant de plusieurs organismes d'aide à la création d'entreprises.

⁸³ *Conditions-cadres de Genève face à celles de Bâle et Zurich : Opportunités et défis*, BCGE, CCIG et OCSTAT, octobre 2009.

⁸⁴ Voir *Disparités régionales en Suisse : Indicateurs clés*, OFS, 2009.

- Mobilité : par rapport à Zurich et Bâle, Genève est en net retard en matière de transports régionaux, ces derniers ne satisfaisant pas du tout les besoins d'un canton frontalier (au contraire de Bâle-Ville qui a un réseau ferroviaire urbain plus international). En revanche, Genève est en train de rattraper son retard.
- Locaux : les zones industrielles genevoises étant entièrement utilisées, la capacité d'accueil pour les entreprises est nettement inférieure à Genève qu'à Bâle ou à Zurich et il s'ensuit que le prix moyen des surfaces commerciales est bien plus élevé à Genève. Quant au taux de logements vacants à Genève, il est six fois plus bas qu'à Bâle et trois fois plus bas qu'à Zurich.

Ces résultats confirment donc en grande partie les développements plus haut en matière de conditions-cadres.

RÉFLEXIONS ET PROPOSITIONS D'AMÉLIORATION

Nous donnons ci-dessous quelques recommandations ou suggestions qui nous semblent pertinentes et qui résultent des développements et analyses de la partie principale. Cette liste n'est de loin pas exhaustive⁸⁵ et a comme unique but de susciter la réflexion.

Promotion économique ciblant la qualité

Nous avons vu dans la partie principale que, dans l'ensemble, la promotion économique de la législature a été efficace, puisqu'elle a réussi non seulement à attirer plus d'entreprises sur sol genevois, mais également, et surtout, à accroître considérablement la part des emplois en relation avec ces entreprises. Nous sommes cependant d'avis qu'il s'agit de veiller à la composition des branches dans lesquelles ces entreprises sont actives. Ainsi note-t-on la part prépondérante de la branche de la finance. Or, cette branche est hautement volatile et peut fluctuer dans une marge de ± 10 points de pour cent autour de sa croissance moyenne. Il s'ensuit qu'avec une part moyenne de plus de 20% dans le PIB genevois, cette branche peut à elle seule, et toutes choses égales par ailleurs, faire basculer le PIB dans un sens ou dans l'autre, comme ce fut le cas au cours des années 2008-2009. Selon nous, il serait dès lors bon de renforcer, à travers la promotion économique, d'autres branches d'activité afin d'équilibrer un peu plus la structure de l'économie genevoise et de réduire ainsi les effets de la prépondérance de la branche de la finance. Rappelons qu'au cours des années 2008-2009, le canton de Genève fut un des cantons romands à souffrir le plus de la baisse générale des activités économiques, la valeur ajoutée de son secteur financier diminuant de plus de 10%, en moyenne et en termes réels.

Il s'agit là bien entendu d'un choix à faire entre soutenir une branche qui a un poids important en termes de valeur ajoutée, mais qui fluctue beaucoup, et promouvoir d'autres branches dont le poids économique est peut-être plus faible, mais qui sont plus stables.

Les secteurs que la promotion économique pourrait soutenir et développer en particulier sont par exemple l'industrie chimique, la fabrication d'instruments médicaux et de précision, l'horlogerie ou encore la fabrication de matériel de transport. Nous avons vu que la promotion économique va dans la bonne direction puisque les acteurs de la promotion économique ont mis l'accent sur une promotion exogène ciblée sur la qualité, en d'autres termes sur des

⁸⁵ Et comporte quelques éléments subjectifs.

entreprises de haute-moyenne technologie, même si nous ne savons pas si c'est pour les raisons susmentionnées.

Pôles de compétences

Lors de la législature sous revue, deux pôles de compétences, l'un dans le domaine des NTIC et l'autre dans le domaine des cleantechs, ont été créés et répondent ainsi aux objectifs des cantons de la Suisse occidentale en matière de nouvelle politique régionale. Ces pôles doivent maintenant être renforcés pour accroître la visibilité de la région non seulement en Suisse, mais également à l'étranger. Mais, il s'agit également de ne pas oublier les pôles déjà existants tels BioAlps (sciences de la vie) et Micronarc (micro- et nanotechnologies).

Les pôles de compétences dans le domaine des biotechnologies et autres technologies médicales méritent une attention particulière, car plusieurs études ont montré que l'Arc lémanique est un des leaders mondiaux en matière de biotechnologie. Selon BioAlps, la Suisse occidentale héberge environ 750 entreprises biotech et medtech transformant la région en véritable "Health Valley"⁸⁶. Les domaines d'activité de ces pôles enregistrent des taux de croissance élevés (supérieurs à 10% ces dernières années) et résistent, pour le moment, mieux que d'autres secteurs à des situations de crise économique⁸⁷.

Durabilité

Créer et valoriser les pôles de compétence est important non seulement du point de vue économique, mais également du point de vue de la durabilité, car à côté du savoir-faire, le savoir environnemental est également concentré et mieux partagé. Il serait dès lors intéressant d'analyser plus en détail les pôles économiques d'excellence sous un angle éco-industriel en décrivant l'ensemble des ressources consommées par ces entreprises ainsi que les déchets produits, afin de détecter d'éventuelles collaborations possibles.

Le choix des entreprises soutenues se fait en général sur base de critères économiques. Il serait dès lors judicieux de définir des critères incluant également des aspects environnementaux et de les publier. Pour cela il faudrait inventorier toutes les ressources (humaines, économiques et naturelles) du canton afin de promouvoir les entreprises utilisant ces ressources et améliorer ainsi la politique énergétique du canton.

⁸⁶ Voir le dossier "Biomédical. Le nouveau miracle industriel romand", publié par *L'Hebdo*, 4 mars 2010.

⁸⁷ Concernant les domaines actifs dans les hautes technologies en général, nous renvoyons également à l'étude "Neuro-Valley" réalisée par l'*Observatoire BCV de l'économie vaudoise*, septembre 2009.

Dans le domaine de la durabilité, les enjeux sont particulièrement importants dans le domaine du tourisme, car ce dernier a, par essence, un impact négatif sur l'environnement. Conscient de cet impact négatif, Genève a déjà signé la charte du développement durable du tourisme (avril 2009). La nouvelle orientation de la politique du tourisme, qui consiste à renforcer Genève en tant que place touristique, doit être accompagnée de labels assurant la qualité du tourisme genevois, ce qui pourrait de plus constituer un avantage compétitif pour Genève.

Afin d'avoir une politique de promotion durable, il faut définir des objectifs en termes de durabilité clairs et précis et développer des politiques transversales. Ce n'est qu'en ciblant ces objectifs précis que la politique de promotion deviendra durable.

Collaborations intercantionales

Les cantons de Suisse occidentale ont décidé de mettre en place une structure commune non exclusive afin de renforcer l'efficacité de leur promotion économique, en créant la Greater Geneva Berne Area (GGBA), opérationnelle depuis janvier 2010. Il s'agit d'une structure de prospection et d'acquisition d'entreprises à l'étranger, qui a pour but de promouvoir la région à l'étranger, en visant dans une première étape trois marchés prioritaires, à savoir les Etats-Unis, la France et l'Allemagne, suivis dans une deuxième étape par les marchés constitués de l'Italie, de l'Inde, de la Chine, du Brésil et de la Russie. On peut soulever que bien que les compétences des cantons soient réunies et mises au service de tous les cantons, chaque canton garde son indépendance dans la conduite stratégique des structures d'implantation. La répartition financière entre les cantons a été établie sur la base de facteurs d'attractivité territoriaux et un système de répartition a posteriori sera mis en place dès 2012, afin d'assurer l'équité entre les cantons en tenant compte des retombées économiques effectives pour chaque canton. Or, il nous semble que c'est à ce niveau que les problèmes peuvent surgir, d'une part parce qu'il est difficile de mesurer ces retombées effectives et, d'autre part, parce que déduire ensuite une répartition financière équitable ne va certainement pas se faire sans susciter des convoitises entre les cantons⁸⁸. De plus, il nous semble judicieux de créer un lien entre les actions de la GGBA et celles d'autres domaines comme, par exemple, celles du Groupe de coordination des activités promotionnelles de Genève (GCAPG).

⁸⁸ Voir les problèmes soulevés par la péréquation financière.

Tourisme

Ce qui distingue Genève de la plupart des autres cantons en matière touristique, c'est que le tourisme à Genève peut être divisé en 4 catégories :

- tourisme en lien avec les Organisations internationales, 25%
- tourisme d'affaires (*Individual Corporate Travel*), 30%
- tourisme des congrès (*Meetings Industry*), 23%
- tourisme de loisirs, 22%

le tourisme de loisirs ne représentant ainsi qu'environ un cinquième du total.⁸⁹

Il s'ensuit qu'une force du secteur du tourisme à Genève est qu'environ 50% repose sur une base solide (OIG et affaires), même si l'on ne peut exclure des fluctuations liées à la conjoncture, comme cela a été en particulier le cas pour le tourisme d'affaires de fin 2008 à fin 2009. Dès lors, c'est surtout dans le domaine du tourisme lié aux congrès que les efforts doivent être poursuivis, la concurrence des villes européennes et autres étant vive.

Il nous semble aussi que, vu que le tourisme genevois ne se limite évidemment pas aux seules frontières cantonales, il serait judicieux de prévoir une politique plus régionale (débordant sur la France voisine, p.ex.) et de réunir les compétences au niveau régional. On peut par exemple envisager de l'incorporer dans les actions de la Greater Geneva Berne Area.

Nous avons vu dans la partie I que le tourisme à Genève est actuellement géré à trois niveaux : Etat de Genève – Fondation pour le Tourisme – Genève Tourisme & Bureau des congrès (GT&BC). D'abord on note que les comités de la Fondation pour le Tourisme et de GT&BC sont composés de membres représentant exactement les mêmes cercles (hôtels, restaurants, commerce, entre autres). De plus, concernant les fonds alloués, on a vu que c'est d'abord l'Etat qui transfère des fonds vers la Fondation pour le Tourisme qui, ensuite, attribue une partie des fonds à GT&BC. Finalement, la Fondation pour le Tourisme et GT&BC ont besoin, les deux, de fonds pour couvrir leurs frais de fonctionnement. Il nous semble qu'on gagnerait en efficacité si on fusionnait les deux organismes en un seul.

⁸⁹ Voir *Concept du Tourisme de Genève, Vision 2015, op.cit.*

Secteur international

Genève a la chance d'avoir vu et de voir arriver sur son territoire des organisations internationales gouvernementales et plus récemment également non gouvernementales, à côté d'entreprises multinationales et autres entreprises travaillant un peu plus dans l'ombre telles que celles actives dans le négoce. Non seulement l'apport économique du secteur international est énorme pour le canton, les activités des OIG représentant à elles seules environ 8% du PIB genevois⁹⁰, mais les personnes représentant ces secteurs sont en général hautement qualifiées et il faut pouvoir satisfaire leurs besoins dans des domaines tels que ceux des activités culturelles ou créatives. Il nous semble judicieux d'essayer d'optimiser les relations entre la Genève internationale et la Genève économique par une politique plus offensive qui permette de construire des passerelles entre ces deux secteurs, le secteur international étant encore trop souvent considéré comme un secteur à part.

Conditions-cadres

S'il va de soi que les conditions-cadres jugées attractives doivent être maintenues, voire renforcées, il faut en revanche mettre l'accent sur les conditions-cadres qui ne sont pas jugées à la hauteur des ambitions de Genève. Il s'agit en particulier du manque d'infrastructures relatives à l'aménagement, au logement ou encore à la mobilité et d'infrastructures culturelles et sportives. Il est nécessaire de mettre en place les politiques appropriées pour pallier ces manques.

Les start-up apprécient grandement les avantages fiscaux qui leur sont accordés, mais elles ressentent néanmoins le manque de capital-risque. Il serait dès lors judicieux d'essayer d'attirer un pool de capital-risque à Genève.

D'autres problèmes méritent d'être abordés, tels la recrudescence de la petite délinquance qui est vécue par certains comme nuisant à la qualité de vie, ou le manque d'ingénieurs sur la place genevoise.

Voilà quelques suggestions que nous soumettons pour réflexion.

⁹⁰ Un peu plus de 9% si l'on inclut les missions permanentes, voir la partie 2.6.

ANNEXE 1

La loi en faveur du développement de l'économie et de l'emploi, du 20 janvier 2000 (LDévEco), en annexe 1, stipule :

Art. 1 Buts

¹ *La présente loi a pour but de favoriser le développement de l'activité économique du canton, afin de préserver et de créer des emplois.*

² *A cet effet, l'Etat s'efforce de mettre en place des conditions-cadres attractives, notamment en matière d'infrastructures, propices à la diversification et à la densification du tissu économique du canton.*

³ *L'Etat peut, dans les limites de la loi, encourager par diverses aides la réalisation de projets d'entreprises privées générateurs de richesses économiques, sociales et environnementales qui ont un effet bénéfique sur l'emploi; il favorise particulièrement dans ce cadre les efforts de reconversion, de diversification et d'innovation en matière économique, technologique, sociale ou environnementale.*

⁴ *L'Etat mène une politique active de promotion économique, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du canton.*

⁵ *Il veille, par des moyens appropriés distincts à soutenir le développement et l'implantation d'organisations internationales, publiques et privées, dans le canton.*

⁶ *L'Etat encourage le dialogue entre partenaires sociaux.*

Art. 2 Principes

¹ *Dans son action, l'Etat respecte les principes du développement durable, à savoir un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins.*

² *Il veille à ne pas créer de distorsions de concurrence.*

³ *Il ne peut octroyer des aides qu'aux entreprises qui respectent les conditions de travail et de rémunération usuelles dans le canton et dans la branche concernée.*

Art. 7 Information

³ *Une fois par législature, le Conseil d'Etat confie à l'Université une évaluation générale de la politique de promotion économique. Le mandat de cette évaluation est élaboré en concertation avec le conseil.*

Par "*une évaluation générale de la politique de promotion économique*" et en concertation avec le Conseil stratégique de la promotion économique, il est demandé d'évaluer, essentiellement au moyen de données existantes et sans élaborer de questionnaire à destination des entreprises :

A. les objectifs de promotion économique ;

B. l'impact des activités de promotion économique sur le développement économique du canton ;

C. les conditions-cadres d'importance majeure pour le développement économique.

Des pistes de réflexion et des propositions d'amélioration devront également figurer dans l'analyse (D).

Compte tenu de ce qui précède, le cahier des charges suivant est proposé :

A. Objectifs de promotion économique

1. Évaluation des objectifs du DES (cf. annexe), en relation avec ses tâches et missions définies dans la LDévEco ;
2. Analyse de l'efficacité des ressources et des moyens mis à disposition.

Il devra être répondu aux deux questions précédentes en différenciant :

- ⇒ les collaborations notamment inter institutionnelles, en œuvre au niveau du canton, entre les cantons notamment membres de la CDEP-SO, et avec la Confédération (SECO et OSEC en particulier) ;
- ⇒ les objectifs de promotion économique endogène et ceux relevant de la promotion exogène ;
- ⇒ les secteurs économiques (avec une attention particulière consacrée à la diversification du tissu économique genevois) ;
- ⇒ les types de sociétés soutenues (cf. entreprises multinationales et transfrontalières, PME en développement ou en restructuration, sociétés en démarrage, innovantes ou non).

B. Impact des activités de promotion économique sur le développement économique du canton

Quels effets directs et indirects, la politique de promotion économique a-t-elle déployés, en particulier sur l'emploi et en termes de valeur ajoutée ?

Quel est l'impact de la politique de promotion économique dans le domaine du développement durable ? Quels progrès ont-ils été effectués pendant la législature sous revue ? Quel est l'impact de la politique de pôles de développement développée notamment dans le cadre du projet d'agglomération genevois ? Quels progrès ont-ils été effectués pendant la législature sous revue ?

C. Conditions-cadres d'importance majeure pour le développement économique

Quelles sont les conditions-cadres d'importance majeure pour Genève ? (cf. liste proposée en annexe)

Les conditions-cadres majeures du développement économique genevois sont-elles adéquates, stimulantes, ou pénalisantes en comparaison nationale (cf. Greater Zurich Area, région baloise et canton de Vaud) et internationale (cf. Londres, Paris, Berlin, Bruxelles, Amsterdam) ? Pourquoi ?

D. Réflexions et propositions d'amélioration

Les réflexions et propositions d'amélioration souhaitées peuvent concerner les moyens à disposition (ressources, collaborations, organisation, etc.).

Elles peuvent également viser la mise en œuvre de nouveaux objectifs de développement économique, en tenant compte des enjeux relatifs à l'agglomération (nouveaux pôles de développement ? secteurs à cibler en plus ou en lieu et place de ceux développés actuellement ? que peut-on encore proposer pour favoriser l'implantation d'entreprises étrangères, le développement des PME, le démarrage de nouvelles entreprises, l'innovation et le transfert de technologies ? etc.).

Objectifs économiques de la législature 2005-2009

1. Stimuler la création d'entreprises :
 - Évaluer et prévoir le renouvellement de la loi sur les incubateurs après 5 ans.
 - Accélérer l'activité de la Fondation d'aide aux entreprises.
 - Élaborer un projet de loi visant à créer, par le regroupement d'entités existantes, un seul organisme de conseil en matière de création d'entreprises.
 - Redéfinir la mission de la promotion économique endogène et du guichet unique.
 - Étudier des solutions innovantes pour le développement d'entreprises matures et/ou technologiques.

2. Densifier la politique touristique :
 - Concevoir une nouvelle politique cantonale du tourisme.
 - Mettre en valeur la marque «Genève».
 - Définir et réaliser un programme d'accueil pour le tourisme de villégiature.
 - Déterminer les conditions d'octroi des soutiens financiers pour les manifestations existantes et les nouvelles.

3. Simplifier l'accès du public aux prestations :
 - Recenser l'ensemble des procédures existantes et analyser les besoins.
 - Déterminer les facteurs-clés d'une procédure simplifiée.
 - Établir des formulaires standardisés destinés au public.
 - Définir et mettre en œuvre un plan d'accompagnement au changement pour l'administration et pour le public.
 - Définir et réaliser des projets informatiques visant à offrir des prestations e-administration étendues.

4. Faciliter l'activité commerciale à Genève :
 - Identifier les besoins des commerces du centre-ville.
 - Créer un office du commerce afin de limiter le nombre d'interlocuteurs et d'intermédiaires entre l'administration et les commerçants.
 - Consulter les partenaires concernés et élaborer un projet de loi-cadre sur le commerce.

5. Créer des nouveaux pôles économiques d'excellence et valoriser les pôles existants :
 - Créer un pôle d'entreprises compétentes et expertes en matière d'instruments et de technique médicales.
 - Créer une association intercantonale et transfrontalière active dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).
 - Créer un pôle des entreprises actives en matière de développement durable.
 - Recréer un pôle de compétences en matière d'assurance.
 - Créer un pôle de compétences en matière de «soft power».

Conditions-cadres du développement économique (proposition de liste)

- qualité de vie
 - qualité de l'environnement, sécurité
- infrastructures relatives à l'aménagement et au logement
 - développement de zones industrielles, d'activités
- fiscalité
 - entreprises, personnes physiques (hauts revenus & dirigeants)
- infrastructures & mobilité
 - liaisons aériennes, réseaux ferroviaire et routier, transports publics, mobilité, facilités de stationnement
- diversité, qualité et coûts des services offerts
 - télécommunications, énergie (cf. secteur industriel)
- soutien aux entreprises
 - soutien à l'innovation, au transfert de technologies et à l'exportation, organismes d'aide aux entreprises
- disponibilité, compétitivité, productivité, flexibilité et qualification de la main d'œuvre
- qualité de la formation
 - écoles, hautes écoles, instituts de recherche
- contraintes administratives
 - réglementation, procédures, répartition des compétences au sein de l'administration
- "soft power" et networking
- infrastructures culturelles, sportives et d'échanges économiques
 - centres de congrès et d'expositions, centres commerciaux

ANNEXE 2

Branches principales d'activité économique

1	Secteur primaire	Agriculture, chasse, sylviculture, pêche et pisciculture
2	Alimentation bois, papier, textile impression métaux	Industries extractives
		Industries alimentaires, des boissons et du tabac
		Industrie textile
		Industrie de l'habillement et des fourrures
		Industrie du cuir et de la chaussure
		Travail du bois et fabrication d'articles en bois
		Industrie du papier et du carton
3	Chimie	Edition, impression
		Chimie, raffinage de pétrole
		Fabrication d'articles en caoutchouc et en mat. plast.
		Fabrication d'autres produits minéraux
4	Machines équipements	Métallurgie
		Travail des métaux
		Fabrication de machines
		Fabr. de machines, d'équipements. élec. et informatiques
		Fabrication d'équipements de communication
		Industrie automobile
		Fabrication d'autres moyens de transport
5	Horlogerie	Activités manufacturières (meubles, bijoux, jouets...)
6	Construction	Récupération et préparation au recyclage
7	Autres	Fabr. d'instruments médicaux et d'optique; horlogerie
	Secteur secondaire	Construction
8	Commerce	Production et distribution d'électricité et d'eau
		Commerce/réparation auto; commerce de carburants
9	Hôtellerie & rest.	Commerce de gros et de détail (y compris négoce)
		Hôtellerie et restauration
10	Transports	Transports par terre, eau, conduites et air
		Services aux. des transports; agences de voyage
11	Postes & télécom.	Postes et télécommunications
12	Finance	Intermédiation financière
		Assurances (y c. assurances sociales privées)
13	Activités immob.	Activités immobilières
14	Service aux entreprises	Location machines et équipement, services aux entr.
		Activités informatiques
		Recherche et développement
15	Education, santé service public	Administrations publiques, ass. soc. publiques
		Enseignement
		Santé et activités sociales
		Assainissement, voirie et gestion des déchets
16	Autres services	Activités associatives, culturelles et sportives
		Services personnels et domestiques
	Secteur tertiaire	Location d'immeubles (ménages)

ANNEXE 3

Industries manufacturières de haute et moyenne-haute technologie (IMHT) :

- industrie chimique
- fabrication de machines et équipements n.c.a.
- fabrication de machines de bureau et de matériel informatique
- fabrication de machines et appareils électriques
- fabrication d'équipements de radio, télévision et communication
- fabrication d'instruments médicaux, de précision, d'optique et d'horlogerie
- fabrication de matériel de transport

Industries manufacturières de basse et moyenne-basse technologie (IMBT) :

- industries agricoles et alimentaires
- industrie textile et habillement
- industrie du cuir et de la chaussure
- travail du bois et fabrication d'articles en bois
- industrie du papier et du carton, édition et imprimerie
- chimie, raffinage de pétrole
- industrie du caoutchouc et des plastiques
- métallurgie et travail des métaux
- fabrication d'autres produits minéraux non métalliques
- autres industries manufacturières

Services à forte intensité de connaissances (SFIC) :

- transports par eau
- transports aériens
- postes et télécommunications
- activités financières
- immobilier, location et services aux entreprises
- éducation
- santé et action sociale
- activités récréatives, culturelles et sportives

Services à moindre intensité de connaissances (SMIC) :

- commerce
- hôtellerie et restauration
- transports terrestres
- services auxiliaires des transports
- administration publique
- assainissement, voirie et gestion de déchets
- activités associatives
- services personnels
- activités des ménages en tant qu'employeurs de personnel domestique
- activités extraterritoriales

ANNEXE 4

Mise en perspective des activités de la promotion économique par rapport aux indicateurs de développement durable⁹¹

Indicateurs	Type de lien	Note (estimation)	Commentaire
ENVIRONNEMENT			
Biodiversité Indice des oiseaux nicheurs	direct	0	Gestion des zones industrielles peut influencer cet indicateur.
Nature et paysage Surface verte par habitant	direct mais faible	0	Gestion des zones industrielles peut influencer cet indicateur.
Energie Consommation d'énergie par habitant	direct	-1	Calculé à partir de la consommation des transports, ménages et économie. Des efforts dans chaque domaine se refléteront dans les résultats. L'accueil d'entreprises Greentech ou Cleantech peut changer le résultat, d'où l'intérêt de promouvoir les énergies renouvelables.
Climat Emissions de dioxyde de carbone (CO2) par habitant	direct	-1	Meilleure politique des transports et choix approprié d'entreprises contribuent à une amélioration. L'accueil d'entreprises Greentech ou Cleantech peut influencer le résultat.
Déchets - Quantité de déchets ménagers par habitant - Taux de recyclage	direct	-1	Symbioses industrielles permettent d'améliorer considérablement ce point pour les déchets des entreprises. Pour les déchets urbains, Genève dispose d'installations, mais le fonctionnement de celles-ci doit être optimisé. En soutenant les entreprises de ce domaine, le résultat pourrait changer.
Eau - Traitement des eaux usées - Teneur en nitrates des eaux	direct mais peu important	-0,5	Certaines mesures concrètes dans les entreprises (type toilettes sèches etc.) peuvent limiter l'impact dans cette catégorie.
Sol Surface bâties par habitant	direct	-1	Que ce soit la construction de logement ou d'un parc industriel, la vie économique influence cet indicateur.
Air Indice de pollution à long terme	direct	-1	Le choix des entreprises ainsi que le lieu exact d'implantation peut influencer cet indicateur.

⁹¹ Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève, Office cantonal de la statistique, (OCSTAT) Genève, © OCSTAT, Genève 2009.

ECONOMIE			
Revenus Revenu cantonal	direct	1	Le revenu cantonal augmente avec l'implantation de nouvelles entreprises.
Coût de la vie Niveau des loyers	direct	-1	Les loyers augmentent avec l'arrivée de nouveaux habitants à cause du manque d'offre.
Marché du travail Taux de chômage	direct	1	Le lien est direct pour autant que les chômeurs locaux soient employés par les nouvelles entreprises du canton. D'où l'intérêt de l'adéquation entre l'offre des entreprises soutenues par la promotion économique et la demande.
Investissements Taux d'agrandissement, de transformation et d'entretien	direct	1	
Innovations Emplois dans des branches innovatrices	direct	1	
Structure économique Emplois dans des branches à haute valeur ajoutée	direct	1	
Savoir-faire Niveau de qualifications	direct	1	Le système éducatif influence également sur le niveau de qualifications.
Finances publiques Santé des finances cantonales	direct	1	Les finances publiques augmentent avec l'implantation de nouvelles entreprises.
Impôts Indice global de la charge fiscale	indirect	0,5	Si la charge fiscale est élevée, peu d'entreprises viendront s'installer.
Production Entreprises certifiées ISO 14001	peut être direct	0,5	Cela pourrait être une condition d'éligibilité d'aide aux entreprises.
SOCIETE			
Qualité de l'habitat Nuisances sonores dus au trafic routier et à l'industrie	direct	-0,5	L'augmentation de l'activité économique est liée à une augmentation des nuisances dues au trafic routier. La FTI et l'aménagement du territoire tentent de limiter cette influence. Il existe une réelle volonté politique de limiter cet impact.

Mobilité Accès au système de transports publics	direct	0,5	Développement de zones peut entraîner une hausse de potentiel suffisante pour engendrer la création de nouvelles lignes de transports publics ou une augmentation de fréquence.
Santé Années de vie potentielles perdues	indirect	0,5	Le développement d'un pôle de compétence en santé peut avoir pour conséquence de meilleurs soins aux locaux.
Sécurité Délits violents	indirect	0	La richesse attire la délinquance.
Répartition des revenus et de la fortune Contribuables à faible revenu	indirect	0,25	La création d'entreprise soutient l'activité économique qui diminue le nombre de contribuables à faible revenus. Chaque emploi à haute valeur ajoutée crée de l'emploi à faible valeur ajoutée.
Participation civique Taux de participation aux élections et votations	indirect	0	
Aide sociale Bénéficiaires de prestations d'aide sociale	indirect	0,25	La création d'entreprise soutient l'activité économique et donc devrait potentiellement employer des bénéficiaires de l'aide sociale.
Intégration Naturalisations	indirect	0	
Solidarité interrégionale Actions d'entraide	direct	1	Dans le projet INTERREG par exemple. Volonté de rééquilibrage existe.
Egalité des chances Salaires des hommes et des femmes	peut être direct	0,5	Cela pourrait être une condition d'éligibilité d'aide aux entreprises.

RÉFÉRENCES

- Office fédéral du développement territorial (ARE), 2007: *Evaluer la durabilité des projets dans les cantons et les communes – Guide pratique.*
 - rsGE I 1 36 : Loi en faveur du développement de l'économie et de l'emploi (LDévEco) du 20 janvier 2000, entrée en vigueur : 1er janvier 2001. *L'Etat respecte les principes du développement durable; le conseil stratégique se compose – entre autre de spécialistes dans les domaines du développement durable et de la recherche.*
 - Agenda 21 pour Genève, Calendrier de législature 2007-2010, Département de l'économie et de la santé, Service cantonal du développement durable, juin 2008. *PA5. INFORMATION DE LA POPULATION EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE ET INTEGRATION DE SES PRINCIPES AU QUOTIDIEN: PA5-d. Organisation de conférences et séances de présentation sur "PME et DD", Accompagner le guide PME et développement durable, informer, sensibiliser et inciter les responsables de PME et de TPE à l'utiliser, Accompagnement de petites et moyennes entreprises locales. PA6. ECOSITE.*
 - A 2 60 : Loi sur l'action publique en vue d'un développement durable (Agenda 21), (LDD) du 23 mars 2001, entrée en vigueur : 19 mai 2001. *Art. 12(1) Ecosite : L'Etat favorise la prise en compte des synergies possibles entre activités économiques en vue de minimiser leur impact sur l'environnement. Art. 15(2) Développement économique : Dans le cadre de la promotion économique, l'Etat met en place des actions favorisant le développement ou l'implantation d'entreprises actives en matière de développement durable. Art. 15A(2) Agglomération franco-valdo-genevoise : L'Etat contribue à l'intégration des principes du développement durable dans le cadre du projet d'agglomération franco-valdo-genevois, en collaboration avec les autorités compétentes.*
 - Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève Edition Office cantonal de la statistique, (OCSTAT) Genève, © OCSTAT, Genève 2009.
 - IFEN, La tertiarisation de l'économie et la réduction des émissions de CO₂, Les données de l'environnement, numéro 95, septembre 2004.
 - Lien (consulté le 4 mars 2010) : <http://www.ifen.fr/uploads/media/de95.pdf>
 - Charte du développement durable du tourisme suisse, avril 2009.
 - Lien (consulté le 26 février 2010) : http://www.hotelleriesuisse.ch/doc/doc_download.cfm?uuid=3BCFC4AF50568E3964F52D02404C9ED7&&IRACER_AUTOLINK&&
 - PME et développement durable, Guide Pratique, Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement, Département de l'économie, de l'emploi et des affaires extérieures.
 - Lien (consulté le 26 février 2010) : <http://www.ge.ch/agenda21/PME/welcome.asp>
 - Projet VIRAGE (Valorisation Intensive des Energies renouvelables dans l'Agglomération Genevoise).Lien (consulté le 26 février 2010) : http://www.unige.ch/cuepe/html/recherche/rapport_u.php?id=61
-