

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

Tableau des principaux résultats

© Institut Créa de macroéconomie appliquée

20 août 2010

	Principaux résultats	Pages
1	<p>Les objectifs économiques fixés pour la législature 2005-2009 ont en grande partie été atteints. Citons :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guichet unique PME-PMI en matière de création d'entreprises, dans le but de faciliter les tâches administratives et de mettre à disposition un interlocuteur unique ; - Service du commerce (SCom) regroupant en un guichet unique toutes les prestations liées aux activités commerciales ; - Guichet universel des manifestations en ligne (SCom) ; - Premiers pas vers la cyber-administration (création d'entreprises en ligne, guichet de manifestations en ligne) ; - Renforcement de la politique touristique, mise en valeur de la marque "Genève" et élaboration du concept du tourisme à Genève dans une vision 2015 ; - Création de nouveaux pôles de compétence (NTIC et Cleantech). 	<p>3-5</p> <p>} 9-11</p> <p>7-9</p> <p>12</p>
2	La réalisation des objectifs susmentionnés a porté ses fruits, puisque, par exemple, le nombre de dossiers traités par le SCom a pu être augmenté et la simplification des contraintes administratives est saluée par les entreprises.	10 et 63-64
3	Les collaborations entre les cantons de la CDEP-SO ont été renforcées, en particulier par la création d'une structure commune non exclusive de prospection et d'acquisition d'entreprises à l'étranger, la Greater Geneva Berne Area (GGBA), dans le but de rendre la promotion économique de chaque canton plus efficace.	5
4	Au cours de la législature sous revue, l'accent a été mis sur une promotion exogène ciblée sur la qualité (entreprises de haute-moyenne technologie et services à forte intensité de connaissances) et sur un renforcement de la promotion endogène. En termes de valeur ajoutée, les résultats sont probants et montrent que cette politique a eu un impact positif.	41-43
5	L'économie genevoise dans son ensemble est plus dynamique que l'économie suisse, en grande partie grâce aux branches de la chimie, de la fabrication d'instruments médicaux et d'optique, de l'horlogerie et de la finance, qui sont toutes des branches à haute valeur ajoutée.	27-29
6	Sur l'ensemble de la période 2005-2009, le nombre d'entreprises en contact avec un organisme de promotion économique a augmenté et le nombre d'emplois correspondants a fortement progressé.	32-33

suite →

7	Plus de la moitié des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique sont des micro-entreprises (de 1 à 9 personnes). Leur part a diminué, passant de 70% en 2005 à moins de 60% en 2009.	33-35
8	Le nombre d'entreprises en contact avec un organisme de promotion économique représente un peu moins de 2% du total des entreprises du canton de Genève. En revanche le nombre d'emplois de ces mêmes entreprises avoisine 10% des emplois totaux du canton, ce qui est donc proportionnellement beaucoup plus.	35
9	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, cette 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. L'impact en termes de valeur ajoutée des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique est également nettement plus important que lors des années 2002-2005.	38-40
10	Le changement observé entre les deux législatures se remarque en particulier au niveau des branches à forte productivité, à savoir les industries de haute et de moyenne technologie ainsi que les services à forte intensité de connaissances, ce qui confirme que l'objectif de vouloir miser sur la haute qualité des entreprises a été atteint.	41-43
11	En 2008, les entreprises en contact avec un organisme de promotion économique ont injecté 5,9 milliards dans l'économie genevoise, soit 15,1% du PIB, et en 2009 (année de crise), elles ont injecté 5,2 milliards, soit 13,7% du PIB. En 2005, cette part se montait à 4,6%.	39
12	Comparés à la valeur ajoutée des entreprises en contact avec un organisme de promotion économique, les coûts de la promotion économique sont très faibles puisqu'ils ne représentent que 0,2% à 0,3% de cette valeur ajoutée.	44-45
13	Les retombées indirectes sur l'économie genevoise n'ont été estimées ici qu'à travers les salaires versés par les entreprises en contact avec un organisme de promotion économique. En 2008-2009 l'impact indirect, mesuré de cette façon, atteint environ 3,7% de la valeur ajoutée totale de l'économie genevoise. Il s'ensuit que l'impact total, bien que sous-estimé, représente 17-19% de la valeur ajoutée de l'économie genevoise dans son ensemble.	48

suite →

14	Sans entrer dans le détail de la Genève internationale, notons que les activités des organisations internationales gouvernementales représentent, selon nos estimations, presque 8% du PIB genevois en 2009, montrant l'importance de ce secteur pour l'économie genevoise. Si l'on ajoute les missions permanentes, on obtient une contribution de plus de 9%.	48-49
15	Quant à la durabilité des projets, la confrontation qualitative des activités de la promotion économique aux indicateurs du développement durable qualifiant l'état du canton montre que l'impact de la promotion économique est positif dans son ensemble. L'impact est très positif pour les indicateurs tels que les revenus du canton, le marché du travail, les investissements, les finances publiques et la solidarité interrégionale, entre autres. Il est faible ou neutre pour les indicateurs sociaux tels que l'intégration, l'aide sociale, la participation civique, la sécurité, la santé, la mobilité et pour les indicateurs environnementaux qualifiant la biodiversité. Les impacts sont en revanche négatifs dans le domaine environnemental à proprement parler.	57-58
16	La politique des pôles de développement (qui n'est que brièvement commentée dans le rapport) est en cours de définition et il en ressort une réelle volonté de rééquilibrage de l'emploi lié à l'attractivité des différentes régions de l'agglomération.	58
17	Au niveau des conditions-cadres, les entreprises accordent une grande importance au "soft power" et aux possibilités de "networking", à la qualité de vie et à la qualification de la main d'œuvre qu'elles trouvent à Genève. La fiscalité joue également un rôle non négligeable ainsi que les faibles contraintes administratives. En revanche, le manque d'infrastructures est critiqué à tous les niveaux (aménagement, logement, mobilité, infrastructures culturelles et sportives).	62-66
18	Finalement, relevons que, si l'impact des entreprises en relation avec un organisme de promotion économique sur l'économie genevoise est plus que positif, ceci n'est bien entendu 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.	31