

GENÈVE

Des soutiens à Clé-de-Rive malgré eux

Les opposants au parking Clé-de-Rive dénoncent une campagne «mensongère» du promoteur. Des logos et noms d'associations ou d'entreprises ont été utilisés abusivement.

LUNDI 22 FÉVRIER 2021 RACHAD ARMANIOS



Rond-Point-de-Rive. Clés-de-rive. Jean-Patrick Di Silvestro / Le Courrier

VOTATION Le comité opposé au parking de Clé-de-Rive dénonce la «publicité et le marketing mensongers dont use le promoteur», la société Clé-de-Rive SA. De quoi «tromper de manière insidieuse la population», qui votera le 7 mars sur ce projet, lié à la piétonisation de Rive et de ses alentours. Sur des flyers ou sur le site du comité pour le oui, plusieurs associations ou entreprises ont vu leur nom et logo apparaître en tant que soutien ou partenaire sans qu'elles aient donné leur accord.

L'association Genève-roule a publié jeudi un démenti réfutant être partenaire de la campagne. L'association de promotion du vélo et de réinsertion socioprofessionnelle a exigé le retrait de son nom et logo de toute communication. Dans la Tribune de Genève, la coopérative d'autopartage Mobility a fait aussi savoir qu'elle n'était ni soutien ni partenaire du projet. Enfin, selon les opposants, les associations des habitants des Eaux-Vives (VAEV), du centre et de la vieille-ville ainsi que celle des marchés de Genève auraient aussi connu un usage abusif de leur nom ou logo, tout comme Handicap architecture et urbanisme.

Malentendus?

Concernant les associations d'habitants et celle des marchés, le «malentendu» vient d'une reprise d'un document de la Ville de Genève mentionnant ces entités comme partenaires alors qu'elles ont fait l'objet d'une consultation, explique Fabrice Broto, responsable du projet pour Valartis, le principal actionnaire de Parking Clé-de-Rive SA. Quant à Genève-roule, Mobility et Handicap architecture et urbanisme, «des accords de partenariat en cas de réalisation du parking existent formellement, bien qu'il ne s'agisse pas d'un engagement politique.» M. Broto précise que Genève-roule est le partenaire local de l'entreprise danoise Donkey Republic et que c'est avec cette dernière qu'il est prévu de créer une station de vélos en libre service. Et cinq places pour Mobility sont prévues, dont trois équipées d'une borne électrique. Enfin, Handicap architecture et urbanisme fait l'objet d'un mandat approuvé pour que le projet et le chantier garantissent une accessibilité optimale aux personnes à mobilité réduite.

Les noms et logos ont été retirés «là où c'est possible», soit des sites internet. Mais «que faire quand les flyers ont déjà été distribués?» écrivent les opposants dans un communiqué. «Nos adversaires exploitent tout ce qu'ils peuvent pour nous attaquer», relativise M. Broto.

«Des campagnes qui exagèrent, c'est courant, mais cette fois, on a franchi la ligne rouge», contredit Thibault Schneeberger, d'Actif-Trafic. Les images et les textes sont trompeurs puisque le parking y est inexistant, accusent les opposants. Ils pointent aussi de nombreux faux profils enthousiastes sur les réseaux sociaux ou encore du démarchage téléphonique en faveur du projet.

«Certains de nos visuels montrent les sorties du parking», affirme M. Broto, pointant à son tour «la mauvaise foi des opposants faisant croire qu'une zone piétonne sans parking se ferait rapidement». Il réfute que le comité de campagne soit à l'origine de faux profils mais confirme qu'une société a été engagée pour «expliquer» le projet. Il annonce, jusqu'à présent, un budget de campagne de 180 000 francs. Contre 26 000 francs à ce jour pour le comité Non au parking.