

Réponse du Conseil administratif à la question écrite du 15 octobre 2008 de M. Simon Brandt, intitulée: «Répartition des annonces publicitaires dans la presse locale».

TEXTE DE LA QUESTION

Le Conseil administratif a régulièrement recours à la publication de «pavés publicitaires» dans divers journaux de la place, que ce soit pour informer la population de prises de position, de futurs chantiers ou de manifestations culturelles, sociales ou sportives, ou bien que ce soit pour des appels d'offres ou des offres d'emploi.

Ainsi, lors de la dernière législature, était apparue dans l'esprit de nombreuses personnes l'impression que certains médias écrits étaient favorisés par rapport à d'autres. Autrement dit, que certains organes de presse étaient systématiquement «oubliés». Notamment suite à la parution d'articles ou d'informations ayant déplu à l'un ou l'autre magistrat actuel, voire à d'anciens magistrats ayant aujourd'hui quitté leur fonction.

Or cette impression persiste aujourd'hui quand on voit l'absence (quasi) totale de publicité dans certains médias.

1. Comment se passe la répartition des annonces de la Ville dans la presse externe à l'administration (critères objectifs et subjectifs, s.v.p.)?
2. Quel montant précis représente la parution de telles annonces dans les canaux médiatiques écrits genevois pour les exercices budgétaires 2008 et 2009 (chiffre global et ventilation par titre, s.v.p.)?
3. Quels journaux sont délibérément écartés par la Ville et pour quels motifs (liste exhaustive basée sur l'annuaire des médias 2008, s.v.p.)?

RÉPONSE DU CONSEIL ADMINISTRATIF

Les annonces publicitaires publiées par les services de la Ville dans la presse ont pour but la promotion de leurs activités, les annonces de manifestations, la publication d'informations utiles et les soumissions publiques.

La répartition de ces annonces s'effectue selon quatre critères objectifs:

1. le nombre de lecteurs touchés;
2. l'adéquation géographique entre la distribution du titre et le public visé;
3. l'adéquation thématique entre le titre et le public visé;
4. le budget alloué.

Les journaux qui reçoivent le plus d'annonces de la part des services de la Ville sont ceux qui correspondent le mieux à l'un ou l'autre des critères énoncés ci-dessus.

Les offres d'emploi sont de la responsabilité de la Direction des ressources humaines. Le budget alloué aux offres d'emploi s'élevait à 220 000 francs en 2011. Il permettait la publication régulière des offres d'emploi dans la *Tribune de Genève* et le *Courrier*. Il convient de préciser que ce budget est insuffisant pour répondre aux besoins de la Ville. Les services qui désirent faire paraître des offres d'emploi dans d'autres médias assument financièrement ces parutions.

Par ailleurs, ces offres sont diffusées également sur les sites Internet et Intranet de la Ville de Genève et sont affichées dans les services et auprès de la Direction des ressources humaines.

Les annonces concernant les offres d'emploi dans la presse, publiées par la Direction des ressources humaines ainsi que par les services pour l'année 2010, représentent les montants suivants:

<i>Titres</i>	<i>Montants (TTC)</i>
Tribune de Genève	221 435,85
Le Courrier	91 083,55
Total	312 519.40
<i>Autres titres</i>	<i>Montants (TTC)</i>
Le Temps	2 728,80
Le Matin	5 876,35
L'Hebdo	2 216,55
24 Heures	9 966,60
NZZ Executive	6 082,80
FAO	1 786,20
EPFL	2 152,00
Indédit	856,50
Groupe Moniteur SA	1 229,51
Société suisse de sécurité	200,00
SwissRescue	200,00
Jobbup	12 696,80
20 Minutes	12 774,20
Tracés	4 466,90
Le temps des carrières	9 271,20
Revue Automobile	1 197,65
Touring F	3 077,50
Stellen Anzeiger Tagi	2 253,85
Nyon La Côte	1 661,05
Total	80 694,46

Les diverses annonces publicitaires publiées dans la presse, en 2010, par les différents services de la Ville de Genève, représentent les montants suivants (offres d'emploi non incluses):

<i>Titres</i>	<i>Montants (TTC)</i>
Tribune de Genève	169 964,30
Le Courrier	41 610,21
Le Temps	34 322,15
FAO	116 073,54
GHI	17 416,54
Total	379 386,74
<i>Autres titres</i>	<i>Montants (TTC)</i>
Publicitas / Bloc-notes genevois	5 656,00
L'Hebdo	24 533,97
20 minutes	13 551,16
Le Matin	8 530,42
Matin bleu	1 368,35
Tout l'immobilier	5 641,30
Genève Agenda	17 362,34
Genève en chiffres	4 217,92
Info Jeunes	2 167,06
La Clé	3 400,00
Le Petit Futé	15 140,00
Plan Genève Tourisme	8 732,85
Flash spectacles	793,21
L'art à Genève	5 100,00
Local.ch	3 755,55
Pages blanches	4 433,10
PromoAgenda	1 979,30
Promoguide	11 839,67
Scènes Magazine	3 100,00
Vibrations	3 873,60
ArtPassions	2 151,00
Terre et nature	136,70
Société de pub nouvelles	946,23
Nouvelles de quartier	51 110,00
Echo d'Aire	990,00
Le Protestant	656,50
Annuaire Etat de Genève	692,40
Magazine génération	1 350,00
Apa SA	968,40
Uni Genève (sports)	750,00

Féd. Suisse des architectes paysagiste	140,00
Ass.ateliers portes ouvertes – programme	500,00
Pro Vélo Genève	<u>630,00</u>
Total	206 143,03

La Ville a ainsi fait paraître, pour l'exercice 2010, des annonces publicitaires et des offres d'emploi pour un total de 978 743,63 francs.

Au nom du Conseil administratif

Le directeur général:
Jacques Moret

Le maire:
Pierre Maudet

Le 28 mars 2012.