

**Interpellation écrite du 27 février 2019 de M. Simon Brandt et Mme Patricia Richard:
«Répartition des annonces publicitaires dans la presse locale (ter)».**

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, de manifestations culturelles, sociales ou sportives, ou bien encore pour des appels d'offres et des offres d'emploi.

Alors que la presse écrite traverse actuellement une crise profonde – en est pour preuve la récente disparition du journal *Le Matin* –, et que les pouvoirs publics devraient chercher des moyens pour soutenir la presse locale, il convient de rappeler que les annonces publicitaires payantes sont la principale manne financière des différents journaux.

Ainsi, alors que l'octroi d'annonces publicitaires peut constituer une forme bienvenue d'aide à la presse, on ne peut que s'étonner de l'absence quasi totale d'annonces publicitaires dans certains médias locaux alors même que leur lectorat est typiquement le public cible des parutions de la Ville de Genève.

Nos questions sont les suivantes:

- comment se passe la répartition des annonces des différents services municipaux et entités dépendant de la Ville de Genève dans la presse externe à l'administration (critères objectifs et subjectifs, s'il vous plaît)?
- quel montant précis représente la parution de telles annonces dans les canaux médiatiques écrits genevois, romands et étrangers pour la précédente législature 2011-2015 ainsi que depuis le début de l'actuelle législature (chiffre global et ventilation par titre et par année, s'il vous plaît)?
- est-ce que des journaux locaux sont délibérément écartés et pour quels motifs (liste exhaustive basée sur l'annuaire des médias 2019, s'il vous plaît)?
- va-t-on dorénavant systématiquement favoriser les journaux locaux dans la répartition future des annonces publicitaires afin de soutenir indirectement la presse locale? Sinon, pourquoi?
- le Conseil administratif pourrait-il garantir dans le futur un montant minimum d'annonces publicitaires dans chacun des journaux locaux, afin de soutenir indirectement les emplois locaux et l'existence d'une presse diversifiée?
- pourquoi le Conseil administratif n'a-t-il toujours pas répondu à la question écrite QE-377, déposée en juin 2012, alors même que le règlement du Conseil municipal fixe à son article 65, alinéa 2, un délai d'un mois pour apporter une réponse?