

*Date de dépôt: 10 octobre 2007*  
*Messagerie*

**Réponse du Conseil d'Etat**  
**à l'interpellation urgente écrite de M. Roger Deneys : La**  
**publication publicitaire GHI ne connaît pas le respect : Que peut-**  
**on faire ?**

Mesdames et  
Messieurs les députés,

En date du 20 septembre 2007, le Grand Conseil a renvoyé au Conseil d'Etat une interpellation urgente écrite qui a la teneur suivante :

*Les nombreux citoyennes et citoyens qui ne souhaitent pas recevoir de publicité dans leur boîte aux lettres apposent un autocollant sur lequel on peut lire « Pas de publicité, SVP ».*

*Dans la plupart des cas, les diffuseurs publicitaires respectent relativement bien cet autocollant.*

*Malheureusement, depuis plusieurs mois, la publication publicitaire GHI ne respecte absolument pas l'autocollant « Pas de publicité », proposant même aux personnes qui ne souhaitent pas recevoir le GHI d'apposer un autocollant spécifique « Pas de GHI ».*

*En dehors du fait qu'on s'estime heureux que d'autres diffuseurs publicitaires ne s'affranchissent du respect de la solution actuelle en proposant eux aussi leurs propres autocollants « Pas de publicité X », « Pas de prospectus Y », il semble qu'en plus, selon de nombreux témoignages, le GHI ne respecte même pas l'autocollant « Pas de GHI » qu'il fait apposer sur les boîtes aux lettres !*

*Il semble que l'Etat de Genève est au courant de cette situation mais, n'ayant pas constaté d'action publique particulière à l'encontre de cette entreprise qui ne respecte pas nos concitoyennes et concitoyens, j'aimerais savoir ce que le Conseil d'Etat compte faire pour faire cesser cette situation qui engendre un gaspillage éhonté de papier. Au-delà d'une réponse concernant les éventuelles suites légales à donner, je me demande également si l'Etat de Genève ne devrait pas s'interroger sur la pertinence d'une action en direction de la sympathique campagne « Le respect, ça change la vie » car je vois que la publication GHI y est associée comme partenaire, au même titre que l'Etat de Genève, les SIG, les TPG ou les HUG... Or une participation dans une campagne en faveur du respect avec un partenaire ne jouant pas le jeu semble pour le moins manquer de crédibilité... Il serait donc au moins opportun d'étudier la possibilité de se désengager de cette campagne si d'autres entités telles que le GHI, qui ne font pas preuve de crédibilité dans leur engagement, s'y trouvent également.*

## **RÉPONSE DU CONSEIL D'ETAT**

Le Conseil d'Etat signale qu'il n'a ni la vocation, ni la compétence pour intervenir dans les relations entre les destinataires d'une publication et l'éditeur de ladite publication, ces relations relevant du droit privé.

S'agissant de la campagne « le respect, ça change la vie », à laquelle GHI, l'Etat et d'autres entités sont associées, le Conseil d'Etat précise que la participation de l'Etat ne doit pas être remise en question pour le seul motif que GHI y participe.

Au bénéfice de ces explications, le Conseil d'Etat vous invite, Mesdames et Messieurs les députés, à prendre acte de la présente réponse.

### **AU NOM DU CONSEIL D'ETAT**

Le chancelier :  
Robert Hensler

Le président :  
Charles Beer