

Date de dépôt : 17 octobre 2018

Réponse du Conseil d'Etat

à la question écrite urgente de M. Simon Brandt : Soutien à la presse et répartition des annonces publicitaires dans la presse locale

Mesdames et
Messieurs les députés,

En date du 21 septembre 2018, le Grand Conseil a renvoyé au Conseil d'Etat une question écrite urgente qui a la teneur suivante :

Malgré l'essor d'internet, les différents services de l'Etat ont 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.

Alors que la presse écrite traverse actuellement une crise profonde, 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 l'Etat.

Je remercie ainsi le Conseil d'Etat pour les réponses qu'il apportera aux différentes questions :

1. *Comment se passe la répartition des annonces des services de l'Etat et des différentes régies publiques 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, romands et étrangers pour la précédente législature 2013-2018 (chiffre global et ventilation par titre, s.v.p.) ?*
3. *Est-ce que des journaux locaux sont délibérément écartés et pour quels motifs (liste exhaustive basée sur l'annuaire des médias 2018, s.v.p.) ?*
4. *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 ?*
5. *Le Conseil d'Etat 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 ?*

RÉPONSE DU CONSEIL D'ÉTAT

L'Etat publie des annonces dans les médias selon deux grandes catégories : les offres d'emplois, sous la responsabilité des services de ressources humaines, ainsi que l'information sur des sujets spécifiques, sous la coordination des services de communication de l'administration cantonale.

En matière de ressources humaines, les ouvertures de poste de l'administration cantonale sont publiées depuis plus de 15 ans sur le site de l'Etat, sous le bulletin des places vacantes.

Exceptionnellement, pour des postes de hauts cadres ou des postes de spécialistes recherchés (médecin du travail par exemple), des annonces sont publiées dans la presse romande (obligatoirement dans Le Courrier, Le Temps et la Tribune de Genève) ou dans une revue spécialisée (bulletin des médecins suisses par exemple).

Entre 2013 et 2018, la répartition des coûts dans ce secteur s'établit comme suit :

Coût des ouvertures de poste du Petit Etat dans les canaux médiatiques¹ écrits pour la législature 2013-2018	
	<i>Fr.</i>
Le Temps	165 751.–
Tribune de Genève	140 629.–
Le Courrier	79 605.–
Autres ²	22 312.–
Total	408 297.–
¹ Canaux médiatiques genevois, romands et suisses. ² Autres (moins de 10 000 francs) : La Côte, Le Matin, NZZ Executive, Terre & Nature, Bulletin des médecins suisses...	

Concernant la deuxième catégorie d'annonces publiées dans les médias, celles-ci s'appliquent notamment à l'instruction publique, aux programmes liés à la mobilité, à l'aménagement du territoire ou encore à l'environnement.

Dans le domaine de la sécurité, elles sont utilisées essentiellement pour promouvoir les campagnes de recrutement de la police et de l'office cantonal de la détention (Zoom métiers) ou les journées consacrées à ces corps de métiers.

Dans ce cadre spécifique, la ventilation des annonces publicitaires s'est effectuée entre 2013 et 2018 de la manière suivante :

Date	Opération	Support	Montant (francs)
25.02.13	Zoom Métiers/ police	20 Minutes	2 978,65
25.02.13	Zoom Métiers/ OCD	20 Minutes	2 978,65
03.09.13	Journée sportive	Media One	8 424,00
09.09.13	Journée de la police	20 Minutes	2 978,65
16.09.13	Journée de la police	20 Minutes	2 978,65
03.03.14	Zoom métiers	20 Minutes	3 148,75
10.03.14	Zoom métiers	20 Minutes	3 148,75
01.09.14	Journée de la police	20 Minutes	3 148,75
08.09.14	Journée de la police	20 Minutes	3 148,75
08.09.14	CFP	20 Minutes/ Nightlife	1 602,70
15.09.14	CFP	20 Minutes	2 991,30
15.09.14	CFP	20 Minutes/ Nightlife	3 205,45
24.10.14	CFP Animation Balexert	Media One	8 100,00
24.10.14	Journée sportive Bois des Frères	Media One (One FM et NRJ)	8 164,80
28.10.14	CFP Animation	Media One	13 608,00
23.02.15	Zoom Métiers	20 Minutes/ Nightlife	1 602,70
02.03.15	Zoom Métiers	20 Minutes/ Nightlife	1 602,70
28.09.15	Journée de la police	20 Minutes/ Nightlife	1 602,70
28.09.15	Journée de la police	20 Minutes	3 148,75

01.10.15	Journée de la police	20 Minutes/ Nightlife	1 602,70
12.10.15	Journée de la police	20 Minutes	3 148,75
16.10.15	Journée sportive	Media One	110 314,35
24.02.16	Zoom Métiers <i>Budget police</i>	GHI	2 246,40
26.02.16	Zoom Métiers	20 Minutes	3 205,45
29.02.16	<i>Budget police</i>		
01.03.16	Zoom Métiers <i>Budget police</i>	20 Minutes	1 602,70
01.03.16	Zoom Métiers	Tribune de Genève	2 397,60
01.03.16	Journée de la police	20 Minutes/ Nightlife	3 205,45
19.09.16	Journée de la police	20 Minutes/ Nightlife	3 205,45
21.09.16	Journée sportive	Media One	10 835,65
26.09.16	Journée de la police	GHI	1 589,75
01.03.17	Zoom métiers	Tribune de Genève Supplément emploi	1 146,25
02.03.17	Zoom métiers <i>Budget police</i>	20 Minutes	3 148,75
06.03.17	Zoom métiers <i>Budget police</i>	20 Minutes	3 148,75
07.03.17	Zoom métiers	Tribune de Genève	2 229,75
22.03.17	Vente aux enchères	TDG/ Signé Genève	602,65
12.09.17	Journée de la police	Media One	11 632,40
21.06.17	Vente aux enchères	TDG/ Signé Genève	864,00
13.09.17	Journée de la police	20 Minutes Nightlife	1 602,70
20.09.17	Journée de la police	TDG/ 20 Minutes/ 20 Minutes Nightlife	8 013,05

21.09.17	Journée de la police	Paid Post sur Appli 20 Minutes	4 860,00
22.12.17	Vente aux enchères	TDG/ Signé Genève	602,65
08.03.18	Zoom métiers	Tribune de Genève 24 heures Supplément Emploi	1 406,25
09.03.18	Zoom métiers <i>Budget police</i>	20 Minutes	1 601,50
10.03.18	Zoom métiers	Tribune de Genève	2 223,55
6-13.03.18	Zoom métiers <i>Budget police</i>	20 Minutes Paid Post (affiché dans les infos locales)	5 280,75
11.04.18	Vente aux enchères	TDG/ Signé Genève	604,20
11.09.18	Journée de la police	Media One	11 607,59
05.09.18	Vente aux enchères	TDG/ Signé Genève	604,20
12.09.18	Journée de la police	20 Minutes/ Nightlife	1 598,25
19.09.18	Journée de la police 2018	20 Minutes/ Nightlife	7 878,25
27.09.18	Journée de la police 2018	Paid Post sur Appli 20 minutes	3 661,80

Un certain nombre d'annonces mortuaires a également été publié par le département de la sécurité, pour un montant total de 1 421,25 francs.

Lors de la précédente législature, la direction générale du développement économique, de la recherche et de l'innovation (DG DERI) n'a pas publié d'annonces publicitaires. Ses activités sont valorisées par des canaux moins traditionnels, tels les réseaux sociaux et les différents supports numériques à la disposition de l'Etat, lesquels se sont jusqu'ici montrés performants en termes de communication aux publics spécifiques, et génèrent régulièrement des

retombées médiatiques gratuites, sous forme d'articles destinés à un lectorat plus élargi.

Il n'est cependant pas exclu que la DG DERI engage à l'avenir des frais publicitaires dans les médias, notamment locaux, pour porter à la connaissance de ses publics-cibles la concrétisation d'initiatives liées au marketing territorial, une stratégie dont la mise en œuvre a été plébiscitée à l'occasion des Etats généraux du tourisme de mai dernier.

Au département de l'instruction publique, les dépenses d'annonces dans la presse sont déterminées par les directions générales, en concertation avec le secrétariat général. Le tableau ci-dessous présente leur ventilation pour la législature 2013-2018.

Année / Sujet	Médias	Montant (francs)
2013 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2013-2014	TdG, Le Temps (Publicitas)	7 812,75
2013 DGESII Annonce pour les inscriptions au Collège pour adultes (COPAD), année scolaire 2013-2014	TdG, Le Courrier, GHI (Publicitas)	4 232,45
2014 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2014-2015	TdG, Le Temps (Publicitas)	6 599,10
2014 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2014-2015	Le Courrier	1 893,00
2014 DGESII Annonce pour les inscriptions au Collège pour adultes (COPAD), Année scolaire 2014-2015	TdG, Le Courrier, GHI (Publicitas)	3 918,05

2015 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2015-2016	Le Courrier	4 099,80
2015 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2015-2016	TdG, Le Temps (Publicitas)	4 147,50
2015 DGESII Participation du CFP Nature et environnement ainsi que du CFP Service hôtellerie-restauration à un supplément « Tribune du terroir »	Tamedia	5 400,00
2017 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2017-2018	TdG, Le Temps (Publicitas)	4 830,20
2017 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2017-2018	Le Courrier	2 379,40
2017 DGESII Palmarès des diplômés du secondaire II Fin d'une pratique de gratuité, annonce impromptue (4 pages)	TdG	9 180,00
2018 DGEO Annonce inscriptions EP rentrée 2018-2019	Le Courrier	2 372,80
2013-2018		56 865,05

A ces dépenses s'ajoutent des publications d'avis mortuaires dans les trois quotidiens genevois pour des collaborateurs en fonction ou des élèves décédés. Ce montant annuel varie entre 8 000 et 15 000 francs.

A noter également que l'office pour l'orientation, la formation professionnelle et continue (OFPC) intègre régulièrement des articles dans le supplément formation de la Tribune de Genève, selon un partenariat qui ne

comprend pas d'échange financier. La publication d'un palmarès d'apprentis est également comprise dans cette collaboration.

S'agissant du département des infrastructures, il a été fait usage à plusieurs reprises d'annonces dans les médias locaux pour aider à faire connaître une nouvelle prestation particulièrement utile au public. D'autre part, il a été ponctuellement fait appel à la réalisation de suppléments ou cahiers thématiques payants pour sensibiliser largement le public à une importante thématique de l'actualité, comme par exemple le développement du réseau ferré.

Dans ces domaines, l'Etat recense les publications payantes suivantes pour la période 2013-2018 :

Année / Sujet	Médias	Montant (francs)
2013 Présentation du FAIF (fonds fédéral d'aménagement de l'infrastructure ferroviaire), coproduite avec le canton de Vaud	24Heures / TdG – supplément spécial	40 500,00
2014 Promotion et présentation des Etats généraux des transports	TdG – supplément spécial	40 500,00
2014 Promotion des Etats généraux	Presse 360	3 006,70
2016 Programme d'élargissement de l'autoroute de contournement	TdG – supplément spécial	40 500,00
2016 Promotion de la Journée sans ma voiture	TdG – Application numérique	4 724,30
2016 Campagne GE-Respecte	Presse 360	6 940,10
2016 Promotion de la Journée sans ma voiture	Presse 360	7 129,10

2017 Présentation du FORTA (fonds fédéral pour les routes nationales et le trafic d'agglomération) coproduite avec le canton de Vaud	24Heures / TdG – supplément spécial	31 644,00
2017 Présentation de Smart Geneva, innovation dans le domaine des transports	Journal easyJet	19 681,50
2017 Info Mobilité : avis de travaux urgent	GHI	2 084,70
2018 Annonce d'une Séance publique Arve-Lac	Tout l'Immobilier	1 863,20
2018 Annonce d'une Séance publique Arve-Lac	TdG – Signé Genève	2 006,45
2018 Annonce d'une Séance publique Arve-Lac	GHI	3 844,45
2018 Promotion GE-TRANSPORTS à votre service	GHI – A paraître en novembre 2018	4 230,00
2013-2018		208 654,50

S'agissant du département du territoire (DT), les annonces suivantes ont été publiées lors de la précédente législature :

Année / Sujet	Médias	Montant (francs)
2013 à 2018 Concours cantonal du développement durable : appel à postulation	TdG et Tout l'Immobilier	24 601,85
2013 à 2018 Procédures d'expropriation (art. 109 de la loi fédérale sur l'expropriation)	TdG et Le Temps	20 000,00
2014 10 ans de GRТА	TdG	40 500,00
2014 – 2017 Campagne « Pour des travaux sans dangers »	Tracés, Tribune Immo, Moniteur genevois, Pic Vert, Immoscope, Bâti guide	31 250,60
2015 Année internationale des sols	TdG	8 640,00
2016 – 2017 Campagne « P'tite poubelle verte » (via Fonds de gestion des déchets)	GHI, TdG, Tout l'Immobilier, 20min, Le Courrier, L'Extension	107 924,10
2017 – 2018 Subventions rénovations énergétiques	Tout l'Immobilier, GHI et journaux spécialisés	30 596,00
2014 – 2017 Quinzaine de l'urbanisme et Automnales	TdG, GHI et One FM	58 255,95
2018 – 2018 Annonce séances d'informations publiques	TdG et Tout l'Immobilier	5 268,80
2018 Enquête de consommation « Grand Genève »	Tout l'Immobilier	4 000,00

2018 Assises européennes de la transition énergétique	L'Extension	2 288,65
2018 Dématérialisation des APA (autorisations de construire)	Tout l'Immobilier, GHI, Pic-Vert	7 694,35
2018 Journée cantonale de la randonnée	TdG	1 956,35
2018 Campagne « Oh mon eau »	GHI	1 937,60
2013 – 2018		344 914,25

Au total, le DT a ainsi dépensé 345 000 francs lors de la précédente législature dans des annonces presses payantes. Environ deux tiers d'entre elles touchent à la politique publique « environnement/énergie », le solde revenant aux thématiques « aménagement » et « logement ». Ces dernières appellent une communication ponctuelle lorsqu'il s'agit d'annoncer une séance d'information publique sur un projet de nouveau quartier ou le lancement du dépôt et du suivi numérique des autorisations de construire par procédure accélérée (APA). La tenue d'événements grand public tels que la Quinzaine de l'urbanisme ou la présence du département aux Automnales fait également l'objet d'annonces, ceci dans le but d'informer plus largement la population sur les différents projets urbains en cours et lui permettre d'échanger avec les chefs de projets.

La politique « environnement/énergie » fait quant à elle l'objet d'une information au public beaucoup plus régulière. En effet, la communication représente un des instruments principaux de la mise en œuvre de cette politique, afin d'opérer des changements de comportement au sein de la population, dans un sens plus favorable à la protection de l'environnement.

En matière de tri des déchets, la campagne de la « P'tite poubelle verte » illustre cette démarche d'accompagnement. En incitant la population à mieux trier les déchets de cuisine, cette campagne a permis une hausse de 30% du taux de recyclage de cette catégorie de déchets en trois ans. Les annonces presse s'élèvent à environ 107 000 francs, représentant 1/9^e du budget total de la campagne.

De même, depuis le 1^{er} janvier 2017, le canton de Genève dispose d'un budget important en faveur des rénovations énergétiques des bâtiments. Afin de toucher toutes les catégories de propriétaires immobiliers, de nombreuses annonces presse pour un montant de 30 000 francs ont été placées dans des journaux grand public ainsi que dans des revues spécialisées.

Enfin, le **département des finances et des ressources humaines** a publié les annonces informatives suivantes pour un montant global de 18 267 francs, répartis dans les médias locaux :

Année / Sujet	Médias	Montant (francs)
2013-2015 Information sur l'impôt à la source	GHI	5 291,00
2013-2015 Information sur l'impôt à la source	Tribune de Genève	3 773,00
2013-2015 Information sur l'impôt à la source	Le Courrier	832,00
2014 Annonces « Stop Violences » par le BPEV	GHI	1 478,00
2015 Avis officiel AFC	Le Temps	1 027,00
2017-2018 Annonces pour ventes volontaires aux enchères publiques dans le cadre de successions en déshérence	Tribune de Genève	2 453,00
2017-2018 Annonces pour ventes volontaires aux enchères publiques dans le cadre de successions en déshérence	Tout l'Immobilier	2 839,00
2013-2018		17 693,00

A ce montant s'ajoutent 574 francs pour la publication d'avis de décès dans la Tribune de Genève.

En conclusion, le Conseil d'Etat n'estime pas souhaitable de garantir un montant minimum d'annonces publicitaires dans chacun des journaux locaux, ces opérations restant ponctuelles et variant en fonction des besoins, par exemple en ressources humaines, ou de l'avancée des politiques publiques. De façon générale, la publication d'une annonce dans un média doit être motivée par la nécessité de transmettre avec efficacité un message à la population concernée. Egalement, le choix et la répartition des supports publicitaires dépendent des objectifs visés et des publics-cibles. Une telle garantie, qui pourrait être comprise comme une subvention, irait par ailleurs à l'encontre de la volonté de l'Etat de maîtrise des coûts dans le service public.

Les publications détaillées dans cette réponse démontrent par ailleurs que l'ensemble des médias locaux constituent pour l'Etat un vecteur essentiel de sensibilisation et d'information de la population genevoise, et ce de manière durable.

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'ÉTAT

La chancelière :
Michèle RIGHETTI

Le président :
Antonio HODGERS