

Date de dépôt : 1^{er} novembre 2017

Réponse du Conseil d'Etat

à la question écrite urgente de M. Christo Ivanov : Les ressources manquent à Genève, les TPG investissent à Lausanne. Quid ?

Mesdames et
Messieurs les députés,

En date du 13 octobre 2017, le Grand Conseil a renvoyé au Conseil d'Etat une question écrite urgente qui a la teneur suivante :

La pub lausannoise sera-t-elle « l'éolien des TPG » ?

Par le passé, des investissements démesurés ont conduit à des préjudices financiers pour des établissements publics autonomes. Personne n'a oublié la débâcle des SIG dans le domaine de l'éolien où, comme l'avait relevé la Cour des comptes, la volonté de la direction générale et du Conseil d'administration était de faire des SIG le leader de l'éolien en Suisse.

Au final, les investissements dans l'éolien ont engendré des pertes.

Les Transports publics genevois (TPG) ont perdu 7,6 millions de francs en 2016. Le 21 mai dernier, le corps électoral genevois refusait une modeste hausse des tarifs TPG qui aurait rapporté 8 millions mais qui aurait surtout permis d'asseoir les améliorations de l'offre et le maintien des TPG dans la communauté UNIRESO.

Aujourd'hui, les TPG touchent environ 57% de subventions via le contrat de prestations au lieu de 50%. Les revenus des transports ne représentent plus que 36% des produits de l'entreprise.

Tout investissement présente un risque financier, y compris le contrat remporté par la régie publicitaire des TPG auprès des transports publics de la région lausannoise (TL). Or, les sommes consenties pour gagner le marché de la pub lausannois face à d'autres acteurs sont loin d'être anecdotiques.

Elles seraient même supérieures au montant de la perte réalisée par les TPG en 2016. Du point de vue de la gestion des risques, se pose la question de savoir quels risques financiers font peser sur les TPG cette expansion en terres vaudoises.

Mes questions sont les suivantes :

- 1) Quelle évaluation des risques a été faite avant de procéder à un tel investissement auprès des TL ? Les rendements espérés valent-ils une telle prise de risque ?*
- 2) Quelle est la nature du contrat entre les TPG (TP Pub) et les TL ? Existe-t-il des pénalités en cas d'objectifs non atteints ?*
- 3) Suite au développement des affaires auprès des TL, quels risques financiers maximaux pèsent en cas de surcoûts, de pertes ou d'échec sur les TPG (TP Pub) ?*

Je remercie le Conseil d'Etat pour ses réponses.

RÉPONSE DU CONSEIL D'ÉTAT

Faisant suite aux informations reçues de la part des Transports publics genevois (TPG), nous sommes en mesure de vous fournir les réponses suivantes :

1) Quelle évaluation des risques a été faite avant de procéder à un tel investissement auprès des TL ? Les rendements espérés valent-ils une telle prise de risque ?

La mise en concurrence pour la reprise des espaces extérieurs de la régie publicitaire des transports publics de la région lausannoise SA (TL) et de la compagnie du Chemin de fer Lausanne-Echallens-Bercher SA a fait part d'une évaluation entre la direction générale des TPG et le conseil d'administration de TP Publicité SA.

L'évolution de l'activité à Genève entre 2009 et 2016 a connu une croissance de 60% des redevances versées à la maison-mère (TPG), avec une pointe de 5,3 millions de francs en 2015.

La reprise de la régie lausannoise permettra d'augmenter encore cette redevance aux TPG grâce aux ventes croisées entre les métropoles lémaniques. De surcroît, un pool nommé Swiss Moving Media a vu le jour l'été dernier sous l'impulsion de TP Publicité SA. Cette offre commune entre les quatre plus grandes villes de Suisse, que sont Zurich, Bâle, Lausanne et Genève, est devenue un important acteur médiatique sur le marché en fédérant plus de 2,2 millions de contacts potentiels journaliers, ce qui permettra d'améliorer encore ces résultats.

Il est à préciser que les seuls investissements consentis pour cette reprise sont l'ameublement et les installations des bureaux de la succursale lausannoise, qui se sont montés à 90 000 F amortis sur 5 ans, en plus des frais de modification de la raison sociale devenue désormais TP Publicité SA.

2) Quelle est la nature du contrat entre les TPG (TP Pub) et les TL ? Existe-t-il des pénalités en cas d'objectifs non atteints ?

La nature du contrat, qui unit les TPG et les TL, est de l'ordre d'une concession d'affichage. Celle-ci permet une optimisation d'ordre financier et de nombre de clients potentiels.

TP Publicité SA garantit, durant toute la durée de la concession (2017-2021), et s'engage à verser aux TL une redevance publicitaire minimum, s'élevant à 2 020 000 F pour 2017, ce qui représente 65% du revenu publicitaire net généré par TP Publicité SA (sur le périmètre publicitaire exploitable).

En cas d'objectif non atteint, TP Publicité SA s'engage à verser la différence entre le revenu publicitaire net généré et le minimum garanti demandé. Aucune pénalité n'est sollicitée.

3) Suite au développement des affaires auprès des TL, quels risques financiers maximaux pèsent en cas de surcoûts, de pertes ou d'échec sur les TPG (TP Pub) ?

Il est à noter que la direction générale, le *back office* ainsi que l'équipe logistique, traitant les affaires opérationnelles de Lausanne, sont basés à Genève, ce qui permet de créer des économies d'échelle. Cette reprise a par conséquent permis de créer des emplois supplémentaires dans le canton de Genève.

Dans le cas où une perte serait générée sur Lausanne durant cette première année de reprise, la redevance versée aux TPG, prévue au budget à plus de 5 millions de francs, ne serait en aucun cas impactée. Un éventuel déficit serait acquitté par les réserves accumulées durant ces dernières années, et prévues à cet effet par l'assemblée générale du conseil d'administration de TP Publicité SA, par le biais du compte « pertes et profit ».

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 :
Anja WYDEN GUELPA

Le président :
François LONGCHAMP