

Question écrite du 15 octobre 2008 de M. Simon Brandt: «Répartition des annonces publicitaires dans la presse locale».

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.)?