QE-178

Question écrite de M. Pierre Maudet, du 19 janvier 2005: «Communication d'émissions ou démission de la communication?»

Comme d'autres collectivités publiques, la Ville de Genève cherche chaque année davantage à communiquer à l'interne et à l'externe. A cet égard, elle émet notamment de nombreuses publications et communiqués.

Nonobstant le bien-fondé de cette propension à communiquer, je souhaiterais connaître les tenants et aboutissants – notamment financiers – de cet effort de communication dont le conseiller municipal lambda, comme le citoyen contribuable lambda, ne perçoit parfois que les bribes à la faveur de telle ou telle publication isolée reçue par courrier.

Dès lors, je pose les trois questions suivantes:

1. Combien de publications, régulières ou sporadiques, sont publiées sous le label de la Ville, pour quelle somme totale en termes de réalisation de production et de diffusion (chiffres 2004, s.v.p.)?

2. Combien de postes sont, de près ou de loin, affectés à la communication de la Ville? Indiquer leur répartition par département et service, leur affectation précise et la masse salariale totale y relative (chiffres 2004, s.v.p.).

3. Les publications visées à la question N° 1 ont-elles toutes intégré au 1er janvier 2005 le logo unique de la Ville de Genève? Sinon, pourquoi?

Nota bene: Il va de soi que toute communication efficace – telle que le postule le Conseil administratif dans son discours de législature – procède d'un concept de communication cohérent qui doit permettre au(x) responsable(s) de cette communication «Ville de Genève» de répondre rapidement et simplement aux trois questions ci-dessus, car, en communication, fond et forme vont nécessairement de pair. Cette question offre donc l'opportunité de démontrer concrètement l'efficience de la communication municipale… ou, le cas échéant, le contraire!