

CONSEIL ADMINISTRATIF

PALAIS EYNARD
RUE DE LA CROIX-ROUGE 4
CASE POSTALE 3983
1211 GENÈVE 3
T +41(0)22 418 29 00
F +41(0)22 418 29 01
WWW.VILLE-GE.CH



V I L L E D E
G E N È V E

Union des villes suisses
Monsieur U. Geissmann
Directeur
Florastrasse 13
3000 Berne 6

Genève, le 19 juillet 2006

Consultation sur le projet de la nouvelle ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV)

Monsieur le Directeur,

Nous avons bien reçu votre demande de consultation pour l'objet cité en référence et nous déterminons de la manière suivante :

La nouvelle ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV) fixe pour l'essentiel des règles purement techniques sur lesquelles la Ville de Genève ne voit pas la nécessité de prendre position.

En revanche, notre Conseil ne peut que se féliciter que la nouvelle LRTV alloue une plus grande part du produit de la redevance de réception aux diffuseurs émettant à l'échelon local et régional. En effet, la Ville de Genève est convaincue de l'importance du rôle des médias électroniques locaux dans l'information du public, notamment afin de rendre compte de manière appropriée de la vie de la cité.

A cet égard, il nous paraît important de ne pas tenir compte de manière déterminante du critère du potentiel d'auditeurs dans une zone de diffusion afin de fixer la quote-part de redevance, comme le faisait l'ancienne LRTV.

En effet, le critère basé sur le potentiel effectif des revenus publicitaires dans une zone donnée paraît nettement plus approprié afin de déterminer la quote-part de redevance à attribuer.

A Genève, à titre d'exemple, le bassin de population s'avère important si l'on prend en compte la France voisine et la région lémanique vaudoise proche. Toutefois, une grande partie de la population résidente dans cette zone ne présente qu'un intérêt très limité sur le plan publicitaire.


De même, les nombreuses organisations internationales comme les entreprises multinationales établies à Genève sont actives sur les marchés mondiaux et ne s'intéressent absolument pas à acheter de la publicité sur une télévision régionale ou locale.

C'est dire qu'il est important que l'attribution de la quote-part de la redevance se base sur le critère objectif du potentiel publicitaire effectif dans la zone géographique concernée, plutôt que sur le nombre purement théorique de spectateurs potentiels au sein d'un bassin de population.

En vous remerciant de l'attention que vous porterez à ces lignes, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, l'assurance de notre considération distinguée.

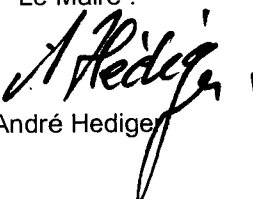
AU NOM DU CONSEIL ADMINISTRATIF

Le Directeur général :



Jacques Moret

Le Maire :



André Hediger