

**Motion du 17 septembre 2007 de Mmes Marie Chappuis, Anne Carron-Cescato, Nelly Hartlieb, Alexandra Rys, Odette Saez, MM. Jean-Charles Lathion, Alain de Kalbermatten, Vincent Maitre et Robert Pattaroni: «Accord M6/Naxoo: oui, mais à quel prix?»**

(renvoyée à la commission de l'informatique et de la communication par le Conseil municipal lors de la séance du 21 janvier 2008)

*PROJET DE MOTION*

Considérant:

- le chiffre de 1 million de francs articulé par les responsables de Naxoo pour justifier l'insertion des fenêtres publicitaires de M6 destinées à la Suisse romande;
- les récentes déclarations (12 juillet 2007 sur la chaîne de la Télévision région lausannoise) de la cheffe du service multimédia de Citycable, le télé-réseau lausannois, qui contredisent ce chiffre de 1 million: «M6 ne verse que quelques dizaines de milliers de francs par année à Citycable pour pouvoir diffuser ses fenêtres publicitaires pour la Suisse romande»;
- le fait que Naxoo est détenue à 51% par la Ville de Genève;
- la nécessité de faire toute la lumière sur le contrat qui lie Naxoo à M6 et qui entraîne un manque à gagner important non seulement pour la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR), mais aussi pour les télévisions privées romandes, les éditeurs de magazines et, plus généralement, pour l'ensemble du paysage médiatique romand;
- les conséquences néfastes de cet accord pour le service public, sur sa capacité de coproduction et, notamment, de fiction (et donc sur les comédiens, acteurs, etc.);
- le fait que la SSR reverse ses bénéfices, contrairement à M6, dans les prestations du service public (formation de l'opinion et de l'identité culturelle suisse, meilleure compréhension entre les communautés nationales, soutien au cinéma suisse, etc.);
- le fait qu'il n'y a pas de raison que la SSR jouisse d'un monopole en ce qui concerne la diffusion de la publicité, mais que la SSR, contrairement à M6, apporte une valeur ajoutée à la collectivité;
- la nécessité de s'interroger sur le bien-fondé stratégique de cet accord si, comme le prétend Citycable, M6 a réussi à entrer dans le marché romand et à affaiblir le service public pour seulement quelques dizaines de milliers de francs,

le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- de fournir la preuve que M6 a bien versé à Naxoo la somme de 1 million de francs (et non pas quelques dizaines de milliers de francs) pour pouvoir diffuser ses fenêtres publicitaires destinées à la Suisse romande;
- de s'assurer que la Ville de Genève, en tant qu'actionnaire public, veille à ce que les entreprises dont elle est actionnaire ne bradent pas leurs prestations à des entités qui n'apportent aucune valeur ajoutée à la vie de la région.