

12 octobre 2021

Rapport de la commission des finances chargée d'examiner la motion du 16 mai 2019 de MM. et M^{mes} Simon Brandt, Patricia Richard, Florence Kraft-Babel, Michel Nargi, Georges Martinoli, Rémy Burri, Véronique Latella, Sophie Courvoisier, Michèle Roulet, Stefan Gisselbaek, Guy Dossan, Nicolas Ramseier, Pierre de Bocard et John Rossi: «Soutien à la presse locale via les annonces publicitaires».

Rapport de M^{me} Oriana Brücker.

Cette motion a été renvoyée à la commission des finances par le Conseil municipal lors de la séance plénière du 12 novembre 2019. La commission l'a étudiée lors de ses séances du 1^{er} septembre 2020 sous la présidence de M. Omar Azzabi, du 23 septembre 2020 sous la présidence de M. Denis Ruyschaert et du 20 avril 2021 sous la présidence de M. Omar Azzabi. Les notes de séance ont été prises par M^{me} Jade Perez, que la rapporteuse remercie pour l'excellente qualité de son travail.

PROJET DE MOTION

Considérant:

- qu'après celle des imprimeurs et éditeurs, la lente disparition des journaux locaux (*La Suisse*, le *Journal de Genève*, le *Feuille d'avis officielle*) et le déplacement du centre de gravité, de décision et de rédaction d'autres médias dans un autre canton amène une déperdition de l'information et une diminution de la pluralité des opinions en son sein;
- le fait qu'il n'existe aujourd'hui plus que trois journaux (*Genève Home Informations*, *Le Courrier* et *Tout l'Immobilier/Emploi & Formation*) ayant leur rédaction, leur domicile fiscal et leurs effectifs sur le territoire genevois;
- la nécessité de soutenir autant que faire se peut la présence de ces journaux à Genève, leur rôle dans le débat démocratique et l'information du public, ainsi que leurs emplois directs et indirects;
- l'interdiction d'un soutien direct des pouvoirs publics peut être compensé par la parution des annonces publicitaires, communiqués, avis de travaux, appels d'offres, etc.;
- la manne que représentent chaque année les annonces publicitaires de la Ville de Genève pour les différents journaux dans lesquels elles paraissent et l'absence quasi totale d'annonces dans certains journaux locaux lus par plusieurs dizaines de milliers de nos concitoyens (voir les questions écrites QE-297 et QE-377 et l'interpellation écrite IE-81);

- que les informations diffusées dans le magazine *Vivre à Genève*, rédigé et édité hors du canton avec une diffusion coûteuse et un impact inconnu, pourraient être diffusées via des annonces publicitaires, communiqués ou suppléments ad hoc, ce qui amènerait des économies d'échelle tout en soutenant la presse locale;

le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- de faire paraître les différentes annonces publicitaires, offres, communiqués, avis, informations de la Ville de Genève en priorité dans les journaux locaux que sont le *Genève Home Informations (GHI)*, *Le Courrier* et *Tout l'Immobilier/Emploi & Formation*, ainsi que dans tout média possédant sa rédaction, son centre de décision et la majorité de ses effectifs à Genève;
- de supprimer la parution du magazine *Vivre à Genève* pour le remplacer par un encart ou des parutions dans les journaux locaux (*Le Courrier*, *Tout l'Immobilier/Emploi & Formation* et le *GHI*) ainsi que dans tout média possédant sa rédaction, son centre de décision et la majorité de ses effectifs à Genève.

Séance du 1^{er} septembre 2020

Audition de M^{mes} Michèle Roulet et Patricia Richard, motionnaires

M^{me} Richard explique que cette motion vise à soutenir plus intensément la presse locale. Des journaux paraissent à Genève dont *Le Courrier*, le *Genève Home Informations (GHI)*, la *Tribune de Genève (TdG)* ainsi que d'autres publications. Elle estime qu'il faut concentrer les annonces dans ces médias déjà existants plutôt que de faire paraître, par exemple, le magazine *Vivre à Genève* qui est imprimé en dehors du territoire cantonal. Elle aimerait que la Ville se concentre sur les journaux locaux pour les aider. De plus, cette motion date de 2019 et ne prend donc pas en compte la crise du Covid-19, pendant laquelle les ventes de journaux ont baissé. Les cafés avaient par exemple l'interdiction de mettre à disposition des journaux.

M^{me} Roulet rappelle que des petites publications communales, souvent trimestrielles, servent à informer sur les événements qui se déroulent dans la commune. En communiquant les événements importants dans les journaux locaux, le coût serait moins important pour la Ville, qui pourrait ainsi aussi soutenir la presse locale. Elle estime le journal *Vivre à Genève* peu utile et trop centré sur les magistrats. Il n'est plus au service des citoyens de la Ville de Genève. Elle propose de réduire sa parution et de garder les informations nécessaires, comme les événements qui se déroulent à Genève. Elle conclut qu'il faut soutenir les trois journaux (*GHI*, *Le Courrier*, *Tout l'Immobilier/Emploi & Formation*). Les équipes de rédaction de ces journaux se situent à Genève et l'impression se fait aussi à Genève. Avec cette motion, il s'agit de diminuer les frais et de soutenir la presse et l'économie locale.

Questions des commissaires

Une commissaire rejoint les préoccupations des motionnaires concernant la situation de la presse à Genève ainsi que dans toute la Suisse. Elle rappelle qu'un montant de 30 millions de francs vient d'être débloqué par la Confédération, mais que ce n'est malheureusement pas suffisant au vu de la crise actuelle. Aider la presse locale est important. Elle approuve la première invite de la motion mais ne comprend pas pourquoi il faudrait supprimer le magazine *Vivre à Genève* qui, selon elle, apporte des informations utiles et intéressantes. Elle demande quel est le budget de ce magazine.

M^{me} Richard répond que le budget s'élève à 45 000 francs par parution et qu'il y a quatre parutions par année. Ce budget ne concerne que l'impression du magazine, qui n'est pas faite à Genève.

La commissaire demande s'il existe une équipe de rédacteurs du magazine et s'ils sont payés.

M^{me} Rouillet répond qu'il y a bel et bien une équipe de rédacteurs.

La même commissaire explique qu'elle n'est pas en faveur de lier les deux invites de la motion, soit soutenir la presse locale et supprimer le magazine *Vivre à Genève*. Elle propose dès lors d'amender la deuxième invite de la motion qui demande justement la suppression du journal de la Ville.

M^{me} Rouillet est d'avis qu'il faut faire un choix notamment quant au support journalistique sur lequel faire paraître des annonces. Cela a un coût qu'il faut compenser, par exemple justement en supprimant le magazine *Vivre à Genève*. Le but est de soutenir les journaux locaux qui sont imprimés à Genève et qui ont leur équipe rédactionnelle basée à Genève. Il faut repenser les priorités et investir dans le milieu culturel. Pour informer la population sur les événements en Ville de Genève, on peut passer par les journaux locaux qui existent déjà.

M^{me} Richard ajoute que les informations trouvées dans le magazine *Vivre à Genève* se trouvent également sur le site internet de la Ville. Les rédacteurs rédigent d'abord sur leur site et puis le magazine est imprimé. Elle rappelle aussi que l'on vit à l'ère de l'informatique et qu'il faut économiser du papier. La plupart des gens suivent les informations sur leur téléphone. Elle espère que les journaux locaux existeront encore et rappelle qu'ils sont lus dans les cafés. L'argent utilisé pour la publication *Vivre à Genève* peut être utilisé pour mettre des annonces dans les journaux existants à Genève. Il s'agit de faire une économie tout en soutenant la presse locale. Elle rappelle que le journal *Le Courrier* est subventionné. Elle propose qu'une fois par semaine ces journaux comportent des annonces relatives aux événements qui se déroulent à Genève. C'est une manière d'aider ces journaux et de mieux rentabiliser le papier.

M^{me} Rouillet rappelle que le Conseil municipal a voté l'année passée au sujet de la revue annuelle *Genava*, publiée par le Musée d'art et d'histoire (MAH). La supprimer a été dommage, mais son contenu n'était plus d'actualité. Cela est comparable au magazine de la Ville. Si l'on veut vraiment communiquer sur les expositions, les événements à venir à Genève, il ne faut pas les mélanger avec des opinions philosophiques qui peuvent être publiées ailleurs. Elle estime que si ces informations sont publiées via des annonces dans les journaux locaux la population sera mieux informée. Elle rappelle de plus l'économie budgétaire qui peut être faite avec ce type de décision.

Un commissaire dit être un lecteur régulier du magazine de la Ville *Vivre à Genève*. Il rappelle que beaucoup de personnes âgées vivent à Genève et qu'elles n'ont pas accès à internet. C'est au travers de ce magazine qu'elles reçoivent gratuitement à la maison qu'elles peuvent être informées sur les actualités de la Ville. Il n'est donc pas pertinent de supprimer ce magazine. Il se dit bien sûr favorable au soutien de la presse locale, mais il rappelle que tout le monde n'a pas les moyens de s'offrir des journaux. Et le *GHI* ne donne pas les mêmes informations que le magazine *Vivre à Genève*.

M^{me} Richard rappelle que le *GHI* est gratuit. Si le magazine *Vivre à Genève* était supprimé, alors les annonces de la Ville apparaîtraient dans le *GHI*, qui est gratuit, et la population pourrait continuer à être informée.

Une commissaire demande quel est le pourcentage de la population qui n'utilise pas internet et celui de celles et ceux qui n'ont pas accès aux journaux. Elle se demande comment ces personnes peuvent avoir accès aux informations essentielles que la commune doit donner à ses citoyens.

M^{me} Richard répond que le *GHI* est un journal gratuit distribué dans les boîtes aux lettres une fois par semaine. Si la Ville pouvait y ajouter une demi-page d'informations, ces personnes seraient informées plus régulièrement qu'avec le magazine *Vivre à Genève* qui ne paraît que quatre fois par année.

La commissaire ajoute qu'un journal qui reçoit une subvention a une certaine tendance. Elle imagine que si *Le Courrier* devait relayer les informations utiles sur les événements de la ville, il pourrait aussi être envoyé gratuitement à tous les citoyens.

M^{me} Richard approuve cette idée: si la Ville subventionne un journal, elle peut bien le faire envoyer gratuitement aux personnes qui n'ont pas accès à internet et/ou qui sont inscrites au Service social. Elle rappelle que c'est le rôle des assistants sociaux de proximité et que cela procure aux personnes âgées des visites et de la compagnie. Elle propose que la Ville fournisse une à deux fois par mois les journaux aux personnes qui ont demandé des informations. Cela crée un lien intergénérationnel. De plus, il n'y a pas besoin d'engager du personnel car il existe déjà.

M^{me} Rouillet explique que la Ville peut acheter une page par semaine au *GHI*. Celle-ci pourrait contenir les événements à venir, les projets et par exemple un article du magistrat. Ce type de page apporterait une diversité au journal.

Une commissaire ne comprend pas pourquoi la *TdG* ne figure pas dans la motion. M^{me} Richard répond qu'elle n'est pas imprimée à Genève.

M^{me} Rouillet ajoute que la *TdG* appartient au groupe Tamedia qui se situe à Zurich. Elle rappelle l'idée de proximité et l'importance de donner la priorité à l'information locale. Si les annonces figuraient dans les journaux locaux, il y aurait aussi plus de réactivité.

La même commissaire observe que, parmi les trois journaux mentionnés dans la motion, *Le Courrier* comporte une partie rédactionnelle, alors que les deux autres sont financés par les annonces. Elle souhaite savoir si les motionnaires veulent que la Ville soutienne ce type de journal publicitaire.

M^{me} Rouillet le confirme, même si des rédactions existent dans les deux autres journaux aussi, qui ne sont donc pas seulement publicitaires, notamment le *GHI*, qui est, selon elle, le journal le plus lu à Genève. Elle estime qu'il pourrait y avoir une page complète au sujet de la Ville et que cela permettrait au journal d'être un relai important de ce qui s'y passe. Elle rappelle qu'avec sa première invite la motion propose de soutenir «en priorité» les journaux locaux.

La commissaire ajoute que des événements tels que les concerts ou les manifestations sont annoncés dans le magazine *Vivre à Genève*. Elle considère cette revue comme une carte de visite de la Ville de Genève car elle annonce aussi les projets et les propositions que celle-ci entreprend et elle donne des informations sur le personnel qui y travaille. Elle ne comprend pas comment toutes ces informations pourraient s'intégrer dans ces autres différents médias.

M^{me} Rouillet répond que de telles informations peuvent se retrouver sur une page complète; par exemple, une maison de quartier expliquerait le travail du personnel. Elle estime que le magazine *Vivre à Genève* peut en tout cas être réduit. Elle estime qu'il faudrait faire un choix par rapport aux articles et photos relayés dans ses 36 pages.

M^{me} Richard pense que l'on peut mieux condenser les informations, cela permettrait de valoriser par exemple certaines expositions temporaires de la Ville. Un plus grand nombre de personnes seraient informées si ces communications étaient présentes dans le *GHI* et dans *Le Courrier*. Cela permettrait d'informer les habitants de la ville plus régulièrement. Le magazine *Vivre à Genève* peut être réduit si l'on ne garde que les informations utiles.

Un commissaire fait observer que la moitié des boîtes aux lettres refusent le *GHI*.

Un commissaire corrige et explique que les étiquettes sur les boîtes aux lettres refusent les publicités mais disent «Oui au *GHI*».

Le premier commissaire poursuit en rappelant qu'un journal parle par essence d'une opinion alors que la Ville parle plutôt de l'intérêt général. La revue de la Ville est lue depuis cinq ans et c'est sa carte de visite. Elle ne transmet donc pas que de l'information mais elle communique également sur l'application de sa politique. Cela explique d'ailleurs pourquoi le Conseil administratif y mis en avant. La Ville doit avoir un moyen de montrer aux citoyens l'avancée de son travail sans devoir passer par les opinions des différents médias.

M^{me} Rouillet est d'avis qu'il y a une augmentation exponentielle du budget de cette revue. Les magistrats ont besoin de montrer leurs actions. Il y a une forte augmentation des publications les concernant et elle admet que le magazine est une sorte de vitrine pour les magistrats. Elle ajoute qu'ils pourraient toujours avoir leurs publications par département. Il faut faire la différence entre informer et faire de la publicité.

M^{me} Richard ajoute que la vitrine de la Ville passe aussi par son site internet et que la motion ne demande pas de le supprimer. Elle explique qu'il y a un doublon entre la version électronique et la version papier. Le journal se retrouve souvent dans la poubelle des immeubles. Elle admet que les personnes âgées emploient la version papier et ajoute qu'une communication des événements de la Ville dans les journaux locaux pourrait être utile pour les personnes intéressées. La Ville ne pourra pas subventionner plusieurs journaux, faire une politique publique sociale et une politique publique de proximité. Ainsi, si la Ville diminue sa parution et délègue une partie de sa communication par des annonces, des articles et de la publicité relative à ses activités dans les journaux, cela pourrait aider la presse locale.

Une commissaire remarque qu'il y a effectivement matière à discuter sur la question du format et de la fréquence de la revue *Vivre à Genève*. En ce qui concerne le soutien à la presse locale, elle rejoint l'avis des motionnaires. Mais elle ne comprend pas non plus le lien qui est fait par la motion entre le fait de supprimer la revue *Vivre à Genève* et le fait de soutenir la presse locale. Elle estime illusoire de remplacer le contenu de *Vivre à Genève* par des annonces payantes dans *Le Courrier* ou dans le *GHI*. Elle ne pense pas que faire paraître une page d'informations relatives à la Ville toutes les semaines pourrait engendrer des économies, ce serait plutôt le contraire. Le magazine de la Ville concentre toutes les informations, les gens sont donc mieux informés. Une personne âgée ne lira pas forcément tous les articles du *GHI* alors que *Vivre à Genève* est un journal trimestriel, donc un format qui correspond mieux aux personnes âgées qui prendront le temps de lire. Elle ne pense pas que l'on puisse remplacer la revue *Vivre à Genève* par des annonces dans la presse.

M^{me} Rouillet propose que la Ville publie sa revue *Vivre à Genève* seulement une fois par année. Le *GHI* pourrait contenir une page d'informations dédiées à la Ville.

La même commissaire est d'avis que sa parution devrait être semestrielle.

M^{me} Rouillet ajoute que pour être informé des événements il vaut mieux lire un journal hebdomadaire. Elle explique que l'idée de subventionner la presse écrite est problématique car celle-ci doit rester libre pour que la démocratie soit préservée. Elle estime que l'État ne doit pas financer la presse. Dans la démarche exposée, c'est-à-dire de faire paraître des annonces dans les journaux locaux, on demanderait à la Ville de payer une prestation et non pas de financer un journal.

Un commissaire abonde dans le sens de la précédente commissaire et ajoute que la manière dont les arguments sont présentés dans la motion fait que le lien entre les deux invites n'est pas évident à saisir. Les annonces publicitaires ont un coût important dont il faudrait définir le montant annuel. Ce n'est pas une bonne idée d'imposer des articles sur la Ville dans une presse qui se veut indépendante. Il demande aux motionnaires s'ils envisagent une subvention temporelle à la presse et, sinon, comment ils qualifient leur démarche. En ce qui concerne la revue *Vivre à Genève*, il estime qu'il serait intéressant d'avoir une étude sur les retombées de ce trimestriel.

M^{me} Richard répond que ce sont les personnes d'un certain âge qui lisent la revue de la Ville, celles qui n'ont pas accès à internet. La nouvelle génération utilise les ressources mises à disposition en ligne et n'achètent plus de journaux. Elle ajoute qu'il y a plus d'informations en ligne que sur un journal papier.

Le même commissaire est d'avis qu'il y a encore des personnes qui souhaitent lire la presse écrite.

M^{me} Rouillet explique que cette motion ne veut pas supprimer le papier étant donné qu'elle veut soutenir la presse locale. Elle propose d'auditionner le rédacteur en chef du *GHI* pour voir comment il réagirait à l'idée que la Ville achète une page toutes les semaines dans sa publication. Elle estime que cela n'affecterait pas l'indépendance du journal.

M^{me} Richard ajoute que la motion ne demande pas de supprimer complètement la parution papier, toutefois on pourrait privilégier la version électronique du magazine *Vivre à Genève*. En ce qui concerne l'information donnée aux personnes qui lisent les journaux, si la Ville publie ses annonces dans une page par semaine ou tous les quinze jours dans un journal local, elle arrive à informer ces personnes aussi.

Compte tenu des critiques émises sur le manque de clarté, notamment des invites, M^{me} Rouillet admet que la deuxième invite pourrait être amendée.

Un commissaire approuve la motion. Il explique qu'elle permet de revoir les canaux de communication de la Ville. Il pense qu'il faut s'adresser aux responsables du magazine concernant les budgets et les prévisions. Il estime important de soutenir la presse locale. Il approuve le jugement de M^{me} Rouillet concernant le fait que le magazine *Vivre à Genève* est la vitrine des magistrats. Il pense qu'une amélioration de la communication de la Ville est à envisager.

Un commissaire admire les actions de l'ancienne magistrate Esther Alder concernant les moyens de communication de la Ville, notamment l'initiative de distribuer des flyers informatifs à la population. Il estime normal que la population ait envie de connaître les actions des magistrats puisqu'elle les a élus. Le magazine *Vivre à Genève* donne un récapitulatif de la vie à Genève, par exemple les décisions du Conseil municipal; cela permet une interaction entre la population et son administration.

M^{me} Richard répond que les décisions du Conseil municipal se trouvent aussi sur les panneaux informatifs et sur le site internet de la Ville.

Discussion et votes

Une commissaire d'Ensemble à gauche estime que la commission des finances peut voter la motion. Elle pose des problématiques importantes concernant le soutien à la presse, mais elle n'y répond pas. Elle pose aussi des questions intéressantes concernant les meilleurs moyens de communication que la Ville peut adopter pour faire connaître ses activités. La commissaire ne comprend toujours pas le lien entre les deux invites.

Une commissaire du Parti libéral radical ne pense pas que voter la motion sans faire d'auditions soit une bonne idée.

Le changement de l'ordre du jour (afin de voter sur la motion) est refusé par 9 non (2 Ve, 1 MCG, 2 PDC, 3 PLR, 1 UDC) contre 5 oui (4 S, 1 EàG).

L'audition du rédacteur en chef de la revue *Vivre à Genève* est acceptée par 9 oui (2 Ve, 1 MCG, 2 PDC, 3 PLR, 1 UDC) contre 5 non (4 S, 1 EàG).

Séance du 23 septembre 2020

Audition de M. Sami Kanaan, maire, en charge du département de la culture et de la transition numérique (DCTN), accompagné de M. Félicien Mazzola, collaborateur personnel, de M^{me} Josefina Trebeljahr, responsable de l'Unité information et communication (Infocom), et de M. Philippe d'Espine, chargé de l'information du Conseil administratif (rédacteur en chef du magazine Vivre à Genève)

M. Kanaan explique que la crise qui affecte les médias est réelle. Il mentionne la dématérialisation et donne l'exemple du journal *Le Temps*. L'abonnement numérique a du succès mais rapporte moins: le business model numérique est différent du business model papier, notamment en ce qui concerne les revenus publicitaires. Ce qui était une des principales sources de revenus des médias imprimés, mais également des radios et télévisions, disparaît car les budgets de la publicité sont récupérés par des régies mondiales. Google et Facebook captent par exemple une partie croissante de ces budgets. Il cite le groupe TX Media, dont une part des revenus publicitaires a été centralisée sur une des agences du groupe et échappe de fait au titre diffuseur. Il donne en exemple les annonces paraissant dans la *TdG*: si l'annonce a une portée locale, les revenus d'annonce vont à la *TdG*, mais si c'est une campagne nationale le plus gros des revenus va à l'agence centralisatrice. De fait, la partie des revenus revenant au titre est en baisse. Il explique que le but n'est pas de forcer les habitudes de lectorat; il n'est plus possible d'obliger les gens à lire sur papier, mais il faut accompagner cette situation au mieux. On constate également une diminution du nombre de titres même si la Suisse est un pays qui présente une grande diversité journalistique. Certains groupes possèdent plusieurs titres, comme TX Media. Le nombre de journalistes employés dégringole lui aussi, pas uniquement au sein des médias papier, les radios locales et la Radio Télévision Suisse (RTS) souffrant aussi de cette crise. Il souhaite attirer fortement l'attention sur cette crise car les médias sont nécessaires à la démocratie. Il explique que les journaux – *GHI*, *Media One*, *TdG*, *Le Courrier*, etc. – appellent à l'aide. Il est donc judicieux de se demander ce que la Ville de Genève peut faire pour aider les médias.

M. Mazzola explique qu'une démarche a été entreprise au niveau intercantonal en partenariat avec la Ville de Lausanne, avec le Canton de Genève et les principaux Cantons romands. L'ambition initiale du Conseil administratif était de créer une fondation pour soutenir les médias au niveau romand. Il explique qu'il est difficile d'apporter une aide directe. Des exécutifs romands ont essayé de couper leur soutien direct pour des motifs politiques, en laissant à une fondation la tâche d'apporter de l'aide. Mais cette initiative n'a pas abouti car certains Cantons, comme ceux de Fribourg et du Valais, ont seulement un titre principal. Il est plus facile pour eux d'aider directement que de s'impliquer dans une fondation plus générale. Malgré cela, cette démarche est toujours d'actualité. Le département s'est associé à la Nouvelle Presse, une association qui regroupe d'anciens

élus et d'anciens journalistes. Grâce au soutien du Canton de Genève et de la Ville, une étude est en cours afin de poser des principes de gouvernance juridique et de financement pour aider à la création de la fondation. Ils ont l'intention de présenter ce travail aux Cantons et aux villes romandes. Il mentionne le cas spécifique de la tour de la RTS. Un groupe de liaison avec le Canton et la RTS a été créé afin de conserver les emplois à Genève.

Concernant les annonces: un recensement a été fait la première fois en 2017. Il est actuellement systématisé par Infocom. Deux éléments se sont ajoutés cette année: l'inclusion de partenariat et la demande du Conseil administratif de pouvoir arbitrer les tendances de ces annonces sur la base de la charte des médias. L'achat de prestations par exemple pour le Service culturel ou pour les ressources humaines doit se baser sur une volonté d'efficacité. Chaque annonce a un but précis (recherche d'emploi, expositions, etc.) et il faut donc cibler les titres pour les rendre pertinents. Suite à la création de plateformes parallèles comme le site Jobup par le groupe TX Media, ou Ricardo.ch pour les petites annonces, les annonces postées ne financent plus la qualité journalistique. Le site est bénéficiaire, tout comme les sites d'annonces comme Anibis – qui est propriété de Ringier – qui sont actuellement considérées à part des journaux. Des réflexions sont en cours pour savoir s'il faut ré-internaliser ces annonces dans les journaux.

M^{me} Trebeljahr précise qu'en 2019 la Ville a dépensé 828 870 francs pour publier ses annonces. Ce montant concerne les annonces parues dans la presse écrite. Le recensement des annonces ne prend pas en compte les annonces sur Jobup.

M. Mazzola ajoute que ce montant concerne les annonces de la Ville, mais aussi celles des musées municipaux et des salles culturelles. Il mentionne la volonté d'Infocom de mettre en place une évaluation régulière des supports municipaux comme la revue *Vivre à Genève* et les réseaux sociaux. Il explique qu'il y a un journal de communication interne qui comprend une systématique d'évaluation des supports.

M^{me} Trebeljahr explique que les services sont en train de développer une palette d'outils de communication pour atteindre toutes les personnes; ils se développent donc sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram ou Twitter en produisant des vidéos afin de présenter des prestations de la Ville. Ils effectuent des évaluations quasi quotidiennes des retombées de ces actions sur les réseaux sociaux (via les likes) et ils font aussi des évaluations mensuelles pour déterminer ce qui fonctionne le mieux.

Au sujet de la revue *Vivre à Genève*, il y a eu une première évaluation en 2015 avec un échantillon représentatif des habitants de la Ville. Cette évaluation comportait une enquête quantitative avec un échantillon de 500 personnes et deux enquêtes qualitatives avec un panel d'une douzaine de personnes, dont des

lecteurs de la revue et des non-lecteurs. Les résultats étaient étonnamment positifs: 47% des personnes interrogées lisent la revue et la grande majorité estime qu'elle donne une bonne image de la Ville. Parmi les lecteurs, 42% trouvent les informations claires et utiles et 47% ont envie de se rendre aux événements de la Ville grâce à la revue. Puis la question posée à la fin concernant la suppression éventuelle du magazine a poussé 66% des lecteurs à dire qu'ils seraient déçus.

Cependant, certaines remarques concernant le graphisme ont été faites (vieillot, etc.). L'agenda a aussi été estimé pas assez fourni. Ils ont donc pu améliorer le magazine à partir de ces remarques et y inclure l'agenda de poche au centre. Ils souhaitent entreprendre ce type d'évaluations plus régulièrement. Cela engendrerait un coût de l'ordre de 50 000 francs.

M. Mazzola mentionne la série d'événements qui a été mise en place dans le cadre du mandat de maire relevé par M. Kanaan en 2019. L'événement #ACTMedia était par exemple une journée dédiée à différentes problématiques portant sur les médias locaux puis nationaux. Il explique que, notamment pour les jeunes, l'accès à l'information représente un vrai défi. Ils ont créé une brochure MIXLinfo autour de cette problématique qui a été distribuée lors des promotions citoyennes. Il y a aussi eu une soirée «jeunesse, média et démocratie» en partenariat avec le Parlement des jeunes. Quatre rédacteurs en chef de titres genevois ont participé à cet événement et ont interagi avec le public. Le but de ces événements était de thématiser l'enjeu des médias et de l'accès à l'information.

En 2020, il y a eu l'adoption par l'ancien Conseil administratif d'une charte des médias qui formalise les principes de soutien aux médias par la Ville. Cette charte est composée de grandes lignes directrices concernant la qualité journalistique, le financement du titre, etc. Elle permet d'orienter le choix des annonces ou, par exemple, les modalités d'octroi de gratuité pour les caissettes du domaine public, notamment pour le *GHI* et *Le Courrier*. Le département de M^{me} Kitsos réfléchit à proposer des abonnements à prix réduit, voire gratuits.

M. Mazzola mentionne aussi le soutien octroyé au projet du Pacte de l'enquête. C'est un projet de journalistes indépendants soutenu par Impressum, le syndicat des journalistes. Il s'agit d'une bourse gérée par une association dont le jury est formé d'anciens journalistes et qui octroie une fois par mois un soutien pour des enquêtes et des projets. Un projet pilote, lancé par M. Kanaan et qui consiste à fournir des bourses aux médias pour soutenir leurs projets, a été annoncé.

M. Kanaan ajoute qu'ils essaient au mieux d'aider les médias. Une nouvelle évaluation de la revue *Vivre à Genève* est prévue. Il rappelle les propos de M. Mazzola concernant les annonces qui ont pour but l'efficacité. Il est important de savoir avec quels médias on travaille, en particulier avec ceux qui soutiennent des emplois journalistiques basés à Genève. Il donne l'exemple des radios locales qui estiment qu'on ne les prend pas assez en compte. Il conclut que la motion vise

à faire le point sur les médias, mais que les instruments à disposition sont plus diversifiés que ce qui est stipulé dans les invites proposées par les motionnaires.

Questions des commissaires

Une commissaire explique le but de cette motion qui veut que, dans la mesure du possible, la Ville finance les médias mais pas à fonds perdus. Il s'agit de pousser ce partenariat avec les médias qui emploient des journalistes genevois et d'élaborer des annonces utiles. Le but était de remplacer la revue *Vivre à Genève*, qui n'est pas imprimée à Genève et qui par conséquent ne soutient pas l'emploi genevois. Elle demande s'il est possible d'en produire une version allégée et d'en faire un cahier mensuel publié dans d'autres journaux, par exemple la *TdG*. Ce cahier comprendrait des informations à propos de la Ville, des événements, etc. Cette version pourrait également être distribuée en dehors de la *TdG*, si le but est d'en conserver la gratuité. Certains exemplaires pourraient figurer dans le *GHI* ou dans le journal *Le Courrier*.

M. Kanaan répond qu'il n'y a pas de subvention directe pour *Le Courrier* mais que la Ville achète des pages. Il s'agit d'un partenariat avec la Fédération genevoise de coopération (FGC) qui permet de financer des pages justement dans *Le Courrier*. Il y a eu ponctuellement des subventions à certaines occasions. Il ajoute qu'il existe déjà des cahiers spéciaux qui sortent avec la *TdG* notamment pour des partenariats, comme dans le cas de la Fête de la musique. Il rappelle que le *Vivre à Genève* est apprécié. Il mentionne la Ville de Lausanne qui n'avait pas de magazine et qui a décidé de publier des annonces municipales dans le *Lausanne Cités* (même éditeur que le *GHI*): le coût en est plus élevé que celui d'une simple annonce, il y a donc une subvention au magazine. Il explique que, dès que l'on aide un journal, les autres réagissent aussi. Il conclut qu'ils vont analyser les options concernant le *Vivre à Genève*.

M. d'Espine ajoute que chaque parution du *Vivre à Genève* coûte entre 80 000 et 90 000 francs. Chaque parution comprend 115 000 exemplaires. Il est imprimé à Fribourg. Il explique que pour sa fabrication ils sont obligés de passer par un appel d'offres respectant les règles régissant les marchés publics. Le prix n'est pas le seul critère; il y a également des critères écologiques, de ressources humaines, etc. qu'il faut respecter.

Une commissaire demande sur quels critères la société genevoise n'a pas été retenue pour cette offre et qui établit ces critères. M. d'Espine répond qu'il s'agit de critères écologiques, d'Agenda 21 et de ressources humaines. Il ajoute qu'en ce qui concerne le prix, les offres étaient en général similaires. C'est la Centrale municipale d'achat et d'impression (CMAI) qui possède le mandat pour organiser ces concours et appels d'offres. Concernant les critères, M. Kanaan ajoute que c'est la Ville qui établit les critères.

Une commissaire demande ce que représentent la part rédactionnelle et la part d’annonces dans le *Vivre à Genève*. M. d’Espine répond que la revue est rédigée et éditée à Genève. La partie rédactionnelle est réalisée par les services de la Ville et par les responsables de communication des différents départements. Il y a quelques pages d’annonces, quatre à cinq pages de publicité.

Un commissaire souhaite savoir ce que représentent les 80 000 francs mentionnés auparavant.

M. d’Espine répond qu’il y a généralement entre 50 000 et 60 000 francs d’impression, 15 000 francs de distribution (à Genève par la société Epsilon), 12 000 francs de graphisme et 2 000 à 3 000 francs de photolithographie. Il ajoute qu’il y a entre 15 000 et 20 000 francs de publicité qui rentrent et qui font baisser les coûts du magazine.

Un autre commissaire demande si ces rentrées publicitaires sont déduites du montant de 90 000 francs.

M. Kanaan répond par la positive.

Le même commissaire demande des précisions concernant les annonces qui ont été publiées suite au financement de 800 000 francs en 2019.

M. Kanaan répond qu’il enverra des précisions par écrit.

M^{me} Trebeljahr ajoute que ce sont surtout des annonces pour la *TdG*, *Le Courrier*, *Le Temps* et *GHI*.

Le commissaire demande aussi si c’est possible d’obtenir de la presse des tarifs plus intéressants qu’actuellement. Il propose par exemple de mettre en place un partenariat plus régulier.

M. Kanaan répond que les services gèrent les annonces de manière autonome et que ce serait compliqué de centraliser. Ponctuellement, ils ont des partenariats, par exemple pour la Fête de la musique ou avec des radios locales.

Le commissaire demande enfin s’il pourrait y avoir des solutions plus écologiques concernant les agendas de théâtre que l’on reçoit régulièrement.

M. Kanaan répond qu’à terme le vœu est de réaliser un agenda qui répertorierait tous les événements. Il rappelle le succès de l’application Genève en été.

M^{me} Trebeljahr ajoute qu’il y a un nouvel outil d’agenda sur le site de la Ville grâce auquel les institutions peuvent passer des informations. L’agenda sur le site de la Ville est de plus en plus fourni.

Une commissaire mentionne un reproche qui a été fait à l’encontre de la revue: celui d’être une vitrine pour les magistrats.

M. Kanaan répond qu'ils y sont attentifs. Il y a un tournus concernant les magistrats qui réalisent uniquement l'édito. Le comité éditorial travaille de manière autonome. Le défi principal est plutôt d'avoir assez de place pour mentionner toutes les activités de la Ville.

M. d'Espine ajoute que l'enquête réalisée cinq ans auparavant avait révélé que les lecteurs souhaitaient que les politiciens puissent s'exprimer dans un cadre bien défini, par exemple via l'édito et pas ailleurs dans le magazine, qui met l'accent sur les prestations de la Ville.

Une commissaire rappelle que cette motion ne pousse pas à ce que la Ville aide la presse à fonds perdus. Selon elle, il n'est pas sain qu'un Etat finance la presse. Elle explique que l'idée est de transposer certaines prestations se trouvant dans le *Vivre à Genève* dans la presse locale, par exemple le *GHI*. Elle ne souhaite pas que cela apparaisse comme une manière qu'aurait l'Etat de venir en aide à un journal afin que par la suite personne ne puisse critiquer cette intervention.

M. Kanaan répond que la population est attachée au *Vivre à Genève*. Il explique que la question de la transposition de la revue va être examinée.

Une commissaire demande si le Conseil administratif est satisfait du nombre de parutions actuelles.

M. d'Espine répond par la positive. C'est une revue trimestrielle, qui demande un travail important. La notion de deux éditions au printemps et deux éditions en hiver est bien intégrée.

Le président demande si la nouvelle étude va se faire prochainement.

M. Kanaan répond par la positive.

Le président demande aussi si la revue réussit à prendre en compte les nombreuses activités de tous les quartiers.

M^{me} Trebeljahr répond que le *Vivre à Genève* donne une vue d'ensemble: il y a un agenda pratique qui informe sur les événements prévus sur une durée de trois mois. Elle mentionne la newsletter digitale *Que faire à Genève?* qui paraît chaque semaine et qui propose des activités à faire. La revue *Vivre à Genève* permet de fournir une base d'informations, dont certaines sont mises en avant dans la newsletter, en fonction de l'actualité.

Le président demande le coût de cette newsletter.

M^{me} Trebeljahr répond que cela requiert une force de travail interne et qu'il n'y a donc pas de coût supplémentaire pour la Ville.

Le président fait observer que ces deux moyens de diffusion d'informations attirent différents types de public.

M. Kanaan le confirme.

Séance du 20 avril 2021

Discussion et vote

Une commissaire d'Ensemble à gauche propose de voter cette motion.

Un commissaire de l'Union démocratique du centre propose également de voter cette motion.

Prises de position

Une commissaire du groupe des Vert-e-s et déclare que son groupe votera contre cette motion. Le magazine *Vivre à Genève* est un support intéressant pour la démocratie car il apporte des informations pertinentes sur le travail du Conseil municipal et sur les prestations de la Ville pour ses habitant-e-s. Les auditions ont mis en avant le fait que la Ville soutient la presse à l'aide d'un certain nombre d'annonces publicitaires dans différents journaux genevois. Le groupe des Vert-e-s estime que le soutien demandé par cette motion existe déjà.

Le commissaire de l'Union démocratique du centre indique que son groupe soutient cette motion, notamment car bon nombre d'individus en ville de Genève, par exemple les personnes âgées, se sentent obligés de lire ce magazine car ils le reçoivent dans leur boîte aux lettres. Cette lecture fastidieuse peut prendre jusqu'à une journée entière. Les comptes de la Ville ont subi une perte de 47 millions de francs et il n'est donc pas réaliste de maintenir ce magazine.

Un commissaire du Parti socialiste déclare que son groupe refusera cette motion. Le magazine *Vivre à Genève* donne une vue d'ensemble sur les activités qui se déroulent à Genève, notamment grâce à l'agenda pratique qui informe sur les événements prévus sur une durée de trois mois. Le magazine mentionne également la newsletter digitale qui paraît chaque semaine et qui propose des activités à Genève. Toutes les décisions du Conseil municipal sont également indiquées dans le magazine. Beaucoup de personnes âgées reçoivent et lisent le magazine avec plaisir car elles n'ont pas accès à internet et elles peuvent ainsi rester informées des prestations de la Ville et des événements qui ont lieu à Genève.

Une commissaire du Parti libéral-radical déclare que son groupe déplore le fait que l'on confonde un instrument démocratique avec un outil de propagande. Elle estime que le magazine *Vivre à Genève* est une vitrine montrant ce que chaque magistrat prétend faire pour la Ville de Genève et pour le bien commun. Elle est d'avis que les contributions publiques ne devraient pas être une vitrine pour les conseillers administratifs. En ce qui concerne les annonces informant des activités, il est plus judicieux de les incorporer dans les journaux puisque les parutions sont plus rapprochées. Le magazine *Vivre à Genève* ne paraît que quatre fois par an. Ainsi, lorsque le magazine annonce une exposition, celle-ci s'arrête peu de temps après la parution ou est déjà terminée. Les journaux locaux sont

plus aptes à annoncer des activités culturelles car ils paraissent plus souvent. Ce magazine requiert des postes et de l'argent. Elle rappelle que l'on vit une période de crise et que cet argent pourrait par conséquent être mieux utilisé.

La commissaire d'Ensemble à gauche déclare que son groupe refusera cette motion. Le maintien du magazine *Vivre à Genève* est important. Il fait partie d'une politique de communication. Il n'est pas le seul support d'information à Genève, il y a d'autres manières de communiquer avec les habitants de Genève, notamment par le site de la Ville, les e-mails, les flyers distribués, etc. Le magazine représente un aspect utile qui résume un grand nombre d'informations dans des articles. Elle rappelle qu'une évaluation a été faite en 2015 et a montré la satisfaction des lecteurs; 66% des lecteurs, donc deux tiers, ont indiqué qu'ils regretteraient que le magazine *Vivre à Genève* disparaisse. Garder le magazine permet de maintenir un outil de communication et représente également une manière de soutenir la presse locale, qu'elle estime préférable aux moyens proposés par cette motion.

Un commissaire du Mouvement citoyens genevois indique que son groupe soutiendra cette motion. Il est d'avis que ce magazine est au service de l'exécutif de la Ville. Or, chaque magistrat publie déjà sa brochure individuellement. L'agenda est également inutile car le magazine paraît tous les trois mois. Le magazine n'accorde pas non plus beaucoup de place aux décisions du Conseil municipal. Et les informations qu'il communique sont de toute façon diffusées par d'autres canaux et brochures.

Un commissaire du Parti démocrate-chrétien est d'avis que cette motion est intéressante. Cependant, elle contient deux propositions divergentes. Elle souhaite d'une part soutenir la presse locale, ce qui s'avère important depuis longtemps et surtout en cette période de crise; d'autre part, la motion propose la suppression de la parution du magazine. Le groupe démocrate-chrétien propose de supprimer cette deuxième invite et de la remplacer par une autre demande, soit de lancer un sondage évaluant les parutions du magazine par les habitants de Genève. Si celui-ci s'avère négatif, le magazine sera remplacé.

Votes

La proposition d'amendement du Parti démocrate-chrétien de supprimer la deuxième invite et de la remplacer par une nouvelle deuxième invite («de faire évaluer la parution du magazine *Vivre à Genève* pour le remplacer, le cas échéant») est refusée par 9 non (3 Ve, 4 S, 1 EàG, 1 UDC) contre 4 oui (2 PDC, 2 PLR) et 2 abstentions (PLR, MCG).

La motion M-1441 est refusée par 10 non (3 Ve, 4 S, 1 EàG, 2 PDC) contre 5 oui (3 PLR, 1 UDC, 1 MCG).