



Date de dépôt : 3 novembre 2025

Rapport

de la commission de l'économie chargée d'étudier :

- a) PL 13555-A** **Projet de loi de Caroline Marti, Thomas Wenger, Jean-Charles Rielle, Matthieu Jotterand, Jean-Pierre Tombola, Caroline Renold, Nicole Valiquer Grecuccio, Grégoire Carasso, Romain de Sainte Marie, Diego Esteban, Dilara Bayrak, Marjorie de Chastonay, Angèle-Marie Habiyakare, Léna Strasser, Sophie Bobillier, Sylvain Thévoz, Uzma Khamis Vannini, Sophie Demaurex, Pierre Eckert, Julien Nicolet-dit-Félix, Céline Bartolomucci, Yves de Matteis, Philippe de Rougemont, Emilie Fernandez, Léo Peterschmitt, Lara Atassi, Oriana Brücker sur la Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux**
- b) M 3064-A** **Proposition de motion de Angèle-Marie Habiyakare, Julien Nicolet-dit-Félix, Louise Trottet, Dilara Bayrak, Marjorie de Chastonay, Léo Peterschmitt, Uzma Khamis Vannini, Céline Bartolomucci, Lara Atassi, Emilie Fernandez, Yves de Matteis, Sophie Bobillier, Pierre Eckert, Laura Mach, Philippe de Rougemont : Garantissons un fonctionnement viable pour les médias locaux**

Rapport de majorité de Jacques Béné (page 7)

Rapport de première minorité de Leonard Ferati (page 82)

Rapport de seconde minorité de Angèle-Marie Habiyakare (page 87)

Projet de loi (13555-A)

sur la Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève
décrète ce qui suit :

Art. 1 But

La présente loi a pour but de favoriser la diversité des médias locaux diffusés sur support physique et/ou électronique, en tant que vecteurs fondamentaux de l'exercice de la liberté d'information, d'expression et d'opinion indispensables à la vie démocratique.

Art. 2 Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux

La Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux (ci-après la fondation) est créée afin de soutenir la création de nouveaux médias locaux et la production de contenu éditorial.

Art. 3 Principes

¹ La fondation, de droit public, n'a pas de but lucratif et est déclarée d'utilité publique.

² La fondation est administrée par un conseil de fondation composé pour un tiers de spécialistes du domaine des médias nommés par le Conseil d'Etat, pour un tiers de représentants de la profession nommés par les associations de journalistes, et pour un tiers d'habitants majeurs du canton, tirés au sort suite à un appel public à manifester son intérêt.

³ Les membres du conseil sont nommés pour une période de 5 ans, renouvelable au maximum deux fois.

⁴ Son siège est dans le canton de Genève.

⁵ Le Grand Conseil approuve ses statuts et leurs éventuelles modifications.

⁶ La fondation veille à une utilisation rationnelle et efficace des ressources mises à sa disposition, sous la haute surveillance du Conseil d'Etat.

⁷ L'application de l'article 84 du code civil suisse demeure réservée.

Art. 4 Tâches

¹ La fondation étudie et statue sur les demandes de soutien financier déposées, verse les montants fixés et contrôle leur bonne utilisation.

² La fondation règle par règlement la procédure de demande, de décision et d'éventuel réexamen de l'octroi d'un soutien financier dans les limites de la présente loi.

³ La fondation recherche des fonds auprès d'acteurs publics et privés afin de compléter la dotation et les aides financières cantonales.

Art. 5 Médias soutenus

La fondation ne peut soutenir des médias, existants ou à créer, que pour autant qu'ils remplissent les conditions cumulatives suivantes :

- a) ils sont édités par une entité dont le but statutaire est la publication d'un ou de médias généralistes et adhère aux règles déontologiques du journalisme établies par le Conseil suisse de la presse,
- b) ils ne versent ni dividendes ni rémunérations variables durant les deux ans après avoir reçu une aide financière au sens de l'article 6, alinéa 1, lettre b, et durant les dix ans après avoir obtenu une aide financière au sens de l'article 6, alinéa 1, lettre a.
- c) ils ont, en principe, leur siège à Genève,
- d) ils respectent les conditions de travail en usage dans la branche,
- e) ils ne servent pas de manière prépondérante à des fins commerciales ou à la promotion de produits ou de prestations,
- f) le contenu éditorial représente au moins 75% de l'ensemble des contenus diffusés,
- g) il ne bénéficie pas, par ailleurs, de la redevance de radio-télévision.

Art. 6 Types de soutiens financiers

¹ La fondation peut soutenir financièrement un média :

- a) lors de sa création, pour couvrir des charges d'investissement,
- b) en fonction de sa production de contenu rédactionnel.

² Les deux types de soutien peuvent être cumulés.

³ On entend par création d'un média, le lancement d'un nouveau média qui n'appartient pas à un éditeur préexistant et ne bénéficie pas de financements d'un média préexistant.

⁴ On entend par production de contenu éditorial, les contenus produits directement par le média soutenu. Les dépêches d'agences ou les contenus repris d'un autre média ne sont pas considérés comme production de contenu éditorial.

⁶ Le soutien financier à la création ne peut excéder 40% des charges d'investissement, est accordé pour deux ans et est renouvelable une seule fois.

⁷ Le soutien financier en fonction de la production de contenu éditorial ne peut excéder 20% des charges du média, est accordé pour deux ans et est renouvelable.

Art. 7 Ressources

¹ Les ressources de la fondation sont constituées :

- a) du capital de dotation reçu de l'Etat,
- b) des aides financières des collectivités publiques,
- c) des dons, legs et soutiens financiers privés.

² Le capital initial de dotation de la fondation, attribué par le Conseil d'Etat, est de 10 000 000 francs. A la demande de la fondation et lorsqu'il est épuisé, il peut être renouvelé.

³ Les ressources visent à allouer des soutiens financiers selon l'article 6.

Art. 8 Subvention annuelle

¹ La fondation reçoit de l'Etat une subvention annuelle de fonctionnement soumise au processus budgétaire ordinaire. La loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, est applicable.

² Cette subvention est destinée à couvrir les charges de fonctionnement interne de la fondation.

Art. 9 Entrée en vigueur

La présente loi entre en vigueur le jour suivant sa promulgation dans la Feuille d'avis officielle.

Proposition de motion (3064-A)

Garantissons un fonctionnement viable pour les médias locaux

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève
considérant :

- le déclin général depuis plusieurs années de la presse locale¹ ;
- la vague de mobilisation suite à l'annonce du 27 août 2024 d'une restructuration chez Tamedia qui engendre la suppression de 290 emplois² ;
- un intérêt en augmentation du lectorat des journaux genevois³ ;
- les différentes recommandations de la commission fédérale des médias (COFEM), en particulier pour un soutien public envers la presse⁴ ;
- les menaces de délocalisation des rédactions de titres genevois ;
- les risques de la désinformation liés à l'intelligence artificielle et au deepfake ;
- le caractère patrimonial des titres de presse genevois et l'intérêt public à les conserver ;

¹ Article RTS sur la restructuration de Tamedia en 2023, Tamedia annonce la suppression de 28 emplois en Suisse romande – rts.ch – Economie :
<https://www.rts.ch/info/economie/14326626-tamedia-annonce-la-suppression-de-28-emplois-en-suisse-romande.html>

² Annonce de la restructuration de Tamedia, L'annonce de la restructuration de Tamedia suscite une avalanche de critiques en Suisse romande – rts.ch – Suisse :
<https://www.rts.ch/info/suisse/2024/article/l-annonce-de-la-restructuration-de-tamedia-suscite-une-avalanche-de-critiques-en-suisse-romande-28610446.html>

³ Article de Tamedia sur l'étude concernant l'augmentation du lectorat de la Tribune de Genève et d'autres journaux :
<https://www.tamedia.ch/fr/entreprise/newsroom/communiques/forte-hausse-du-taux-de-penetration-de-la-tribune-de-geneve-du-tages-anzeiger-et-d-autres-titres-tamedia>

⁴ Rapport de la COFEM, « Défense du journalisme. Comment sensibiliser davantage le public à l'importance du travail journalistique à l'ère numérique – Eléments de discussion » :
https://www.emek.admin.ch/inhalte/F_Defense_du_journalisme_final_2019_korr
FN.pdf

- le professionnalisme et la connaissance du terrain des journalistes menacés de se retrouver sans emploi ;
- l'importance des médias pour la démocratie, le débat public et la formation de l'opinion,

invite le Conseil d'Etat

- à mener toutes les démarches afin de créer une fondation en faveur de la presse genevoise ouverte à d'autres contributeurs qui aura pour mission de soutenir la création et l'exploitation de sites d'information basés à Genève ;
- à soutenir financièrement la création de cette fondation ainsi que son maintien ;
- à aider le rachat des titres de presse locaux à fonds perdu, au bénéfice du journal concerné, afin d'assurer leur pérennité ;
- à encourager la diversité dans le paysage médiatique genevois ;
- à développer davantage des contrats de prestations étatiques avec plusieurs médias locaux menés par une coordination interdépartementale, tout en garantissant l'indépendance des médias ;
- à soutenir et à aider les rédactions dans le financement des formations des stagiaires dans les métiers liés au journalisme.

RAPPORT DE LA MAJORITÉ

Rapport de Jacques Béné

La commission de l'économie s'est réunie sous la présidence de M. Leonard Ferati et de M. Vincent Canonica pour la dernière séance. Elle a traité ce projet de loi durant sept séances, soit les 6, 20 et 27 janvier, les 3 et 13 mars, le 19 mai ainsi que le 8 septembre 2025.

Elle a bénéficié de la présence de M. Daniel Loeffler, secrétaire général adjoint, DEE, lors d'une de ses séances.

Les procès-verbaux ont été tenus par M^{mes} Tina Rodriguez et Pauline Ley ainsi que par M. Nicola Martinez.

Qu'ils soient remerciés de leur contribution aux travaux de la commission.

Résumé du rapport

Le rapport traite de deux objets :

PL 13555 : Projet de loi visant à créer une **Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux**, dotée d'un capital initial de 10 millions de francs. Elle aurait pour mission de soutenir la création et le fonctionnement de médias généralistes locaux selon des critères stricts.

M 3064 : Motion demandant au Conseil d'Etat de garantir un fonctionnement viable pour les médias locaux, notamment par la création d'une fondation, des aides financières, des rachats de titres à fonds perdu, et des contrats de prestations.

Objectifs du projet de loi

- Soutenir la diversité des médias locaux comme vecteurs de démocratie.
- Créer une fondation publique, autonome, administrée par un conseil composé de : – 1/3 spécialistes nommés par l'Etat,
– 1/3 journalistes nommés par leurs associations,
– 1/3 citoyens tirés au sort.
- Accorder des aides à la création et à la production éditoriale.
- Exclure les médias bénéficiant déjà de la redevance radio-TV.
- Imposer des conditions strictes : pas de dividendes, contenu éditorial majoritaire, respect des normes déontologiques.

Objectifs de la motion

- Réagir à la restructuration de Tamedia et à la disparition progressive de la Tribune de Genève.
- Créer une fondation ouverte à des contributeurs publics et privés.
- Soutenir financièrement les médias locaux.
- Encourager la diversité médiatique et la formation des stagiaires.

Résumé des auditions

- **Séverine Chave (Association genevoise des journalistes)** : Modèle économique en fin de cycle, besoin de répit pour innover, importance du numérique.
- **Alexandre de Raemy (Media One Group)** : Radios exclues des aides, chute des revenus publicitaires, nécessité d'inclure les médias audiovisuels.
- **Gilles Marchand (Initiative Média et Philanthropie à l'UNIGE)** : Propose une méthode fondée sur la valeur publique (impartialité, ancrage, transparence), recommande un soutien structuré et neutre.
- **François Besençon (Commission fédérale des médias)** : Défend une aide technologiquement neutre, préconise une coordination romande, souligne que le problème est la rentabilité, pas le capital.
- **Nathalie Fontanet (Conseil d'Etat)** : Préfère une approche fédérale, s'oppose à une fondation cantonale financée uniquement par l'Etat, met en garde contre la dépendance financière et l'absence de transformation structurelle.

Positions des groupes politiques défavorables au projet de loi et à la motion

PLR : Préfère des modèles entrepreneuriaux, critique la dépendance envers l'Etat.

MCG : Crainte de financer des médias peu lus, critique du politiquement correct.

UDC : Scepticisme sur l'efficacité des aides, faible attractivité des jeunes.

LJS : Doute sur la viabilité économique, modèle privé privilégié.

LC : Préférence pour une fondation privée.

Positions des groupes politiques favorables au projet de loi et à la motion

S : Défense du journalisme comme pilier démocratique.

Ve : Soutien à la pluralité des médias et à l'ancrage local.

Votes

L'entrée en matière du PL 13555 est refusée par 9 NON (2 MCG, 1 LC, 3 PLR, 2 UDC, 1 LJS) **contre 5 OUI** (3 S, 2 Ve) et 0 abstentions.

La M 3064 est refusée par 9 NON (2 MCG, 1 LC, 3 PLR, 2 UDC, 1 LJS) **contre 5 OUI** (3 S, 2 Ve) et 0 abstentions.

Présentation de la M 3064 par M^{me} Angèle Habiyakare, auteure

M^{me} Habiyakare déclare qu'elle contextualisera d'abord la motion. Le 27 août 2024, la majorité du parlement a été choquée par l'annonce de la restructuration de Tamedia, qui était une énième restructuration dans le domaine de la presse locale genevoise. Elle rappelle que la presse n'est pas un bien de consommation ordinaire, c'est dans ce contexte que cette motion s'est présentée. Le but de cette motion est de réagir face à ces restructurations sachant que cela touche la Tribune de Genève et que d'autres médias locaux font face à des difficultés similaires. M^{me} Habiyakare reprend les propos de M. Nicolet-dit-Felix en plénière : « La Tribune de Genève appartient commercialement à Tamedia, mais patrimoniallement aux Genevoises et Genevois qui la lisent. » Cette citation démontre l'aspect patrimonial que nous pouvons avoir avec la Tribune de Genève qui est un journal local, comme Le Courrier et d'autres journaux locaux qui sont aussi impactés. Plusieurs signaux d'alerte ont été lancés ces dernières années et plusieurs textes de différents groupes ont été déposés, notamment deux résolutions qui ont été acceptées par le Grand Conseil. Elle se permet de rappeler quelques chiffres en lien avec les licenciements qui ont eu lieu. La rubrique Genève est impactée, la rubrique sport et la rubrique culture. Il ne reste qu'un seul journaliste sur l'aspect culturel et cinématographique et plusieurs autres journalistes de qualité qui relayaient des actualités en lien avec le théâtre, l'opéra, etc., ont été licenciés. Ce domaine est très fragilisé, car le savoir dans la culture se développe sur plusieurs années. Le domaine de la photographie a aussi été réduit. Un poste à 50% devait être maintenu en plus d'un autre à 90% et, finalement, seul un poste à 80% a été maintenu. Le budget dédié aux journalistes indépendants qui étaient mandatés occasionnellement a été réduit de 40%. Il y a donc réellement eu une baisse d'investissement dans le fonctionnement de la Tribune. Ce phénomène se retrouve au niveau du Courrier. Ces journaux genevois se sont mobilisés ces derniers mois par rapport à ces restructurations. La COFEM (Commission fédérale des médias), dans son rapport de 2019 sur la défense du journalisme, évoquait déjà ces risques-là et mentionnait des solutions. Elle a découvert un rapport intitulé « Aider la presse. Stratégies et perspectives en Suisse romande. Des pistes innovantes pour promouvoir une information

citoyenne dans les médias d'aujourd'hui et de demain »¹. Ce rapport a été demandé par l'association Nouvelle Presse à Fribourg et a été rédigé par l'Université de Fribourg. Il compte 75 pages qui résument bien la situation en Romandie et donnent plusieurs exemples comparatifs entre la Suisse et d'autres pays. Les complications pour les médias locaux sont notamment en lien avec la transition numérique mais aussi en lien avec la formation sachant que la plupart des rédactions financent des formations et stagiaires. Ceci est un poids qui pèse sur les rédactions. Plusieurs médias ont recours à des associations, notamment la Nouvelle Presse à Fribourg. Plusieurs solutions sont proposées dans ce rapport, notamment la création d'une fondation romande d'aide à la presse. Elle suggère à la commission d'entendre les auteurs de ce rapport pour qu'ils exposent l'ensemble des mesures qui pourraient être prises. Il est aussi mentionné dans ce rapport le fait qu'un financement public est nécessaire, ce qui vient appuyer les dires de la COFEM, qui relève qu'une source de financement exclusivement basé sur du contenu publicitaire n'est pas souhaitable. Il y a donc un besoin de financement public, qui pourrait être complété éventuellement par un financement privé. Elle évoque ensuite un cas particulier qui est le Journal de Morges, qui appartenait à Tamedia. Cédric Jotterand sentait la pression de Tamedia sur les journalistes et a commencé à négocier avec Tamedia la cession du titre. Il a pu racheter le journal avec du soutien public et notamment celui des communes qui ont accepté de prêter de l'argent. La totalité des fonds a pu être remboursée en une année au lieu de 5 ans. Le journal fonctionne à présent un peu comme une PME. En allant sur le site du journal de Morges, on se rend compte que ce journal traite réellement de l'actualité locale, sans mutualiser certaines rubriques. Cela pourrait être envisagé comme alternative. Elle suggère d'auditionner M. Cédric Jotterand qui est le rédacteur du Journal de Morges et qui pourra peut-être prodiguer des conseils pour pouvoir s'extirper des grands groupes de presse. Pour conclure, elle mentionne une motion de M^{me} Chaker Mangeat qui vise à créer un fonds incitatif pour l'audiovisuel, qui serait public. Elle voit donc qu'il y a une ouverture sur le fait de financer avec des fonds publics l'audiovisuel et les médias. Elle conclut par ce propos et remarque qu'elle peut encore détailler les invites de la motion si nécessaire.

Un député (PLR) trouve dommage que, dans ce genre de cas de figure, un licenciement soit constaté, et ceci est dû à une perte de rentabilité pour le propriétaire du titre. Il faudrait se demander pourquoi certains journaux fonctionnent très bien et pourquoi ce n'est pas le cas pour d'autres. Il convient

¹ https://www.impressum.ch/fileadmin/user_upload/Dateien/News/Rapport-aider_la_presse_2021_mandat_NP.pdf

de savoir pourquoi le bateau coule avant de donner des fonds. Si le bateau coule parce qu'il doit couler, peut-être qu'il ne sert à rien d'essayer de le sauver. Il mentionne la comparaison avec le Journal de Morges et pense que des conditions doivent être fixées, que l'argent public ne doit pas être donné à fonds perdu sans vérification de ce qui en est fait. Il imagine mal dire aux contribuables que l'argent va être donné sans garantie ou contrepartie. Il se demande également ce que M^{me} Habiyakare entend par « la diversité dans le paysage médiatique genevois » dans la 4^e invite. En lien avec la 5^e invite, il rappelle que la commission des finances valide les contrats de prestations et il se demande comment l'indépendance pourrait être maintenue avec un contrat de prestations par définition très précis. Il voit là un risque de faire perdre son indépendance à la presse. **Si la presse devient dépendante de fonds publics, elle ne sera peut-être plus indépendante.**

M^{me} Habiyakare déclare que Tamedia pourrait réinvestir dans les médias sachant que la part des dividendes versés aux actionnaires ne fait qu'augmenter et, en parallèle, que les réductions se font uniquement sur le dos d'un service rédactionnel qui fait pourtant la renommée de ces journaux. Elle souligne que seuls 3 groupes de presse sont propriétaires de 80% des médias suisses et la plupart sont basés en Suisse alémanique, ce qui fait aussi se poser des questions. On ne comprend pas pourquoi la Romandie ne mérite pas autant d'investissements que la Suisse alémanique. Elle a cité dans l'exposé des motifs le fait qu'en 2023, la restructuration de Tamedia visait à économiser 3,5 millions de francs et que les dividendes qui ont été partagés entre les actionnaires représentaient 47,7 millions de francs. Il s'agit donc de moins de 10% d'économies par rapport aux dividendes partagés. Elle comprend que des actionnaires investissent puis récupèrent des parts, mais la disproportion entre ces chiffres questionne.

Le député (PLR) précise que la question est de savoir sur chacun des secteurs, en l'occurrence chacun des journaux, s'il est rentable ou non.

M^{me} Habiyakare pense que cet investissement est nécessaire pour le maintien des médias locaux et de l'information locale. Il lui semble que ce droit à l'information ne devrait pas être menacé ainsi. Elle rappelle qu'il s'agit d'une motion et que, pour l'aide au rachat des titres, il est évident que cela se ferait sous conditions ; la 3^e invite pourrait mener à la création d'une fondation. Elle n'a pas d'opinion sur la nature de cette fondation, mais il faudrait évidemment des conditions. Elle n'est cependant pas la mieux placée pour fixer ces conditions. Elle se souvient que M. Cédric Jotterand lui avait dit qu'il était nécessaire d'avoir une personne qui lance l'impulsion et propose un projet. Le but n'est pas de donner de l'argent de manière aveugle, ce n'est en tout cas pas la volonté de cette motion. Sur la 4^e invite, elle parle surtout de la

diversité des supports et des opinions. **Il ne s'agit pas d'aider uniquement la Tribune de Genève mais l'ensemble des médias locaux, qui sont notamment impactés par la transition numérique. Il ne faudrait pas favoriser plus l'un ou l'autre de ces supports d'information.** Quant à la 5^e invite, elle est issue du rapport qu'elle a cité précédemment et de la M 2513-A, motion Verte qui a notamment donné l'impulsion à l'offre d'un abonnement à un journal pour une année pour les jeunes de 18 ans. L'existence d'un groupe de travail interdépartemental sur ce sujet est mentionnée dans ce rapport. Il faudrait voir avec la chancellerie d'Etat ce qui a été développé jusqu'à présent. Elle pense qu'il faudrait creuser ce point.

Le député (PLR) rappelle qu'un contrat de prestations est précis et ordonne à l'entité de faire telle ou telle chose.

M^{me} Habiyakare répond que cela peut ne pas être contraignant et que chaque contrat est différent. L'on peut demander à ce que tel ou tel événement soit couvert par la presse sans donner une orientation. Elle ajoute qu'elle s'est basée sur l'audition de la chancellerie à ce sujet, qui aurait sûrement des suggestions à faire.

Un député (PLR) demande à l'auteure si elle pense que le journal en version papier est mort.

M^{me} Habiyakare répond qu'elle espère que non, mais qu'à terme, ce sera malheureusement le cas si aucune mesure n'est prise.

Un député (PLR) relève que **l'avis de la COFEM est qu'à terme, le journal papier n'existera plus.** Il remarque que **les seuls qui arrivent encore à subsister sont les petits journaux communaux, mais le soutien à la presse ne fonctionne plus sachant que le numérique remplace le papier.** Il se demande sur quelle base seront signés les contrats de prestations, sachant que par exemple la NZZ a réussi à pénétrer le marché allemand. A Genève, à l'époque, le souhait était de sauver le journal « La Suisse » et, maintenant, il s'agit de sauver la Tribune. Peut-être qu'il y aura un repreneur, peut-être pas, mais l'économie fonctionne ainsi. Ici, il s'agit de financer un certain modèle d'affaires et, s'il n'y avait pas eu les récents événements en lien avec Tamedia et la Tribune, il n'y aurait pas eu tous ces objets parlementaires. Selon lui, **si le modèle d'affaires de la Tribune fonctionne, quelqu'un sera prêt à le reprendre.** Il se demande si la personne qui pourrait reprendre la main à ce sujet est connue de l'auteure.

M^{me} Habiyakare a pu échanger avec plusieurs journalistes de la Tribune qui ont été licenciés. Certaines personnes aimeraient pouvoir lancer des alternatives. Cela reste à définir, mais des idées émergent sous d'autres formes. Il faudrait savoir ce que l'on veut donner comme image par rapport aux médias

locaux. Elle pense que le fait de voir un journal couler et de rester passif face à cela n'est pas une solution. Il faudrait être une force de proposition et donner une impulsion. C'est la raison pour laquelle les Vertes et les Verts ont signé le PL 13555. Ce débat et cette alternative pourraient avoir lieu à travers une fondation. Le rapport qu'elle a cité présente différentes possibilités.

M^{me} Habiyakare confirme que des alternatives existent, mais il faudrait savoir laquelle pourrait convenir au parlement. Peu d'alternatives concrètes ont été suggérées pour l'instant. La résolution du Centre qui a été votée évoque la création d'une fondation privée, mais elle ne sait pas où en est la concrétisation de cette résolution. Il devrait y avoir une fondation publique, privée ou collaborative. Elle précise que, pour le Journal de Morges, M. Jotterand a pris les rênes parce qu'il sentait venir cette restructuration. Elle rappelle que ce journal vaudois et la Tribune n'ont pas le même rayonnement. Plusieurs titres locaux ont été cédés à l'époque où le Journal de Morges l'a été. Ce dernier devait être intégré dans un autre journal, mais ce n'était pas souhaité, raison pour laquelle il a été racheté. Elle conclut en confirmant que des alternatives existent et ont été proposées. Elles existent ailleurs, et donc peuvent aussi être appliquées à Genève.

Le député (PLR) mentionne le Centre en philanthropie de l'Université de Genève qui a pour but de lancer un programme pour répondre aux défis profonds que ce secteur de la presse traverse. **La Commission fédérale des médias (COFEM) avait été auditionnée et avait indiqué qu'il fallait sauver le journalisme et pas les journalistes. Il ne faut donc pas chercher à sauver les postes mais le journalisme de manière générale. Il faut que l'on continue à écrire et que l'on continue à informer.**

M^{me} Habiyakare ne connaît pas l'initiative du Centre en philanthropie, mais trouve assez positif le fait qu'il y ait une réaction. Il serait intéressant de fédérer les forces et de collaborer pour trouver des alternatives. L'avis de la COFEM lui fait penser à un article du 6 novembre 1920 qu'elle a lu et qui évoquait le hameau de Monniaz à Jussy, où un chasseur avait été interpellé par des gendarmes, et il y avait un descriptif détaillé sur plusieurs pages qui faisait penser à un roman policier. Ce petit fait divers a choqué une vingtaine d'habitants et a été décrit passionnément par le journaliste. L'on ressent le temps que le journaliste a mis pour détailler cet événement en lisant l'article. Selon elle, **il faut sauver le journalisme et les journalistes. Ces derniers n'ont plus le temps de former les stagiaires, de rédiger correctement les articles, ceci avec en parallèle la concurrence du numérique et celle des autres journaux.** Le fait de supprimer les postes, et notamment des postes importants comme ceux de la rubrique culturelle, est problématique. On ne peut pas demander à un journaliste du canton de Vaud de traiter toute la culture

genevoise. Un journaliste spécialisé dans un domaine ne pourra pas avoir la même vision qu'un journaliste spécialisé dans un autre domaine. **Les journalistes n'ont aujourd'hui plus vraiment le temps de rédiger des articles approfondis.**

Un député (Ve) relève que la qualité de l'information est très importante et il remarque que la qualité est relayée aujourd'hui de manière rapide mais peu approfondie. **Les médias sociaux submergent la société et il n'y a plus d'esprit critique. Malheureusement, l'économie privée n'est plus capable de garantir cet esprit critique.** Il convient donc de trouver d'autres modèles. Il défend ici la motion et demande à M^{me} Habiyakare quel est le soutien donné à la presse en France ou d'autres pays qui bénéficieraient de soutiens.

M^{me} Habiyakare confirme que cela figure dans le rapport « Aider la presse ». Les Etats-Unis, la France, l'Allemagne et même l'Italie soutiennent la presse. Elle est d'accord avec le fait que la qualité diminue, principalement par manque de temps et peut-être aussi en raison de la concurrence liée à la multiplicité des supports.

Le député (Ve) déclare que, même si l'information se trouve sur un support numérique, le plus important est qu'elle soit de qualité.

Un député (Ve) remercie M^{me} Habiyakare pour ce texte très documenté. Il trouve bon que des retours du terrain aient été effectués. Il arrive à la conclusion que, vu la dégradation des conditions dans lesquelles les journalistes évoluent, il n'est structurellement plus rentable de prendre le temps de rédiger des articles de qualité. Il fait l'analogie avec les clubs sportifs dans le sens où l'on se rend compte qu'il y a une nécessité d'avoir du sport d'élite, comme il y a une nécessité pour la presse d'être bien formée, indépendante et de qualité. Il mentionne une soirée Table Ronde où le rédacteur en chef de La Liberté était présent et avait présenté le modèle du groupe Saint-Paul qui n'est pas public, mais qui est très centré sur Fribourg et qui est financé par des PME fribourgeoises. Les entreprises investissent, car elles savent que c'est nécessaire pour la région et qu'il est important de maintenir un média local indépendant et de qualité. Il se demande pourquoi le tissu économique genevois semble se désintéresser complètement de la presse de qualité et pourquoi seul le secteur public semble à même de sauver la presse locale.

M^{me} Habiyakare répond que **la transition numérique a beaucoup affaibli la presse papier.** Elle déclare qu'il est beaucoup moins rentable pour la presse d'avoir des abonnements numériques au lieu des abonnements papier. Ceci a un impact clair sur les recettes. Elle le remercie pour la mention de la Table Ronde de l'année passée. Elle avait eu l'impression pour le groupe Saint-Paul d'entendre le même schéma que celui du Journal de Morges, à une autre échelle

certes, mais qui a eu une impulsion publique au départ pour passer ensuite à un modèle basé sur des contrats avec des PME locales, etc. L'impulsion venait avant tout du public et des collectivités publiques. Elle ajoute que l'une des contraintes est la cession du titre. Actuellement, Tamedia ne veut pas céder le titre de la Tribune de Genève. Il faudrait voir quelles sont les sphères d'influence pour négocier la cession du titre. Cela a pris 7 ans pour le Journal de Morges. Elle n'a pas eu d'échanges avec des journalistes sur ce sujet précis.

Le député (Ve) demande si elle peut confirmer que les retours étaient positifs quant à la création d'une fondation avec des statuts qui garantirait l'indépendance de la presse, avec éventuellement un nouveau titre.

M^{me} Habiyakare confirme qu'elle a ressenti un enthousiasme. Elle pense qu'il faudrait auditionner l'association genevoise des journalistes. Il faut cependant comprendre la situation psychologique des personnes licenciées qui ne sont pas forcément en état de trouver et de construire cette alternative actuellement.

Un député (MCG) ne partage pas son analyse, mais indique qu'il y a des éléments intéressants. Il mentionne le livre coordonné par Myret Zaki et écrit par une vingtaine de journalistes, qui est paru le 6 février 2024 (Editions Favre), « Sans diversité de vues, pas de journalisme », livre qui concerne la presse romande et qui déplore le fait qu'**il y a une sorte de pensée unique qui crée un décalage entre les journaux actuels et les lecteurs**. Ce mécanisme serait international. Il lui semble difficile de financer des journaux qui ne seraient plus ou seraient peu lus. Concernant les contrats de prestations, il serait assez favorable à cette idée. La commission des finances vient d'ailleurs de voter un contrat de prestations pour la promotion des agriculteurs genevois et, dans ce contrat, le financement d'un partenariat avec des médias genevois est prévu. Ce serait sans doute plus compliqué pour le financement de la presse, mais il tenait à apporter cet élément. De manière générale, le problème de fond semble être le fait que les rédactions sont dans le politiquement correct et donnent des informations trop homogènes.

M^{me} Habiyakare répond que, si l'on observe une crise idéologique, il faudrait alors engager des personnes avec une diversité de points de vue et qui ne sont pas dans une « mono-vision » telle que dénoncée dans le livre évoqué. Elle revient sur le seul journaliste chargé de la culture pour la Tribune, qui ne peut confronter ses idées avec d'autres.

Un député (UDC) mentionne un article du journal Le Matin du 28 novembre 2024 qui affirme que **seulement un jeune sur 10 lit les médias papier**. Il y a donc un problème d'attractivité pour les jeunes de moins de 25 ans qui ne lisent plus les journaux.

M^{me} Habiyakare répond qu'il y a des versions numériques des journaux, mais payantes, et les jeunes se dirigent plutôt vers des versions gratuites. Certaines actualités sont disponibles en ligne sur les réseaux sociaux. En envisageant des alternatives de fonctionnement, les réflexions pourraient aussi porter sur l'attractivité de la presse pour les jeunes. Lorsque les débats du Grand Conseil sont relayés dans la presse, elle n'est pas certaine que cela intéresse beaucoup les jeunes.

Le député (UDC) énonce que le 20 Minutes fait 131 000 tirages par jour, le GHI 152 000 et la Tribune 31 000 éditions papier par jour. Il ne mentionne que les tirages papier. Il se demande si le 20 Minutes et le GHI ont des aides, sachant que d'autres journaux comme Le Courrier reçoivent des subventions très importantes. Il se demande quel est le montant de ces subventions.

M^{me} Habiyakare n'a pas les chiffres, mais sait qu'il y a un budget de 50 millions de francs pour la distribution et l'acheminement du journal. De nouveau, elle pense que la question qui devrait se poser est plutôt : comment fonctionnent ces groupes de presse qui ont des modèles différents ? Elle se demande si ces différents médias et modèles journalistiques sont comparables. Le Courrier fait aussi face à des difficultés et peut-être que la subvention n'est pas une bonne solution à long terme. Peut-être qu'il faudrait d'abord lancer un projet puis des financements pluriels pour sécuriser les craintes en lien avec l'indépendance de la presse. Elle pense qu'une impulsion devrait en tout cas être lancée et ajoute qu'il faudrait peut-être entendre Le Courrier.

Un député (S) précise que **c'est grâce aux revenus des publicités que le 20 Minutes est gratuit et viable**. L'idée reçue est de se dire qu'il faut tout digitaliser, mais il y a surtout une manière d'écrire pour que ce soit accessible aux jeunes. Ce qui l'inquiète le plus c'est l'aspect des spécificités locales en lien avec l'aspect démocratique. Une votation cantonale genevoise ne sera pas décrite de la même manière par un journaliste vaudois que par un journaliste genevois. En ce sens, il serait logique qu'il y ait une impulsion étatique pour traiter de ces spécificités. Sur la question de la rentabilité, il ne voit cependant pas comment l'Etat pourrait faire de l'ingérence par rapport à un journal qui n'est pas rentable.

M^{me} Habiyakare expose que cela pourrait justement être la mission d'une fondation. Et, sur la jeunesse, elle évoque la dernière invite sur les stagiaires qui sont des jeunes, et le fait que des rédactions prennent des stagiaires permettrait de renouveler les équipes et les pensées, notamment avec des jeunes s'adressant aux jeunes.

Un député (S) se demande si le but est de continuer avec les médias sous cette forme et la vision actuelle du journalisme ou si une nouvelle vision du journalisme est envisagée.

M^{me} Habiyakare déclare que le but est avant tout de préserver ce qui existe et ensuite d'élargir avec les idées émergentes.

Un député (MCG) propose l'audition de M^{me} Myret Zaki.

M^{me} Habiyakare propose l'audition de M. Gilles Labarthe, qui est l'un des journalistes et doctorants ayant écrit le rapport fribourgeois. Elle propose également l'audition de l'association genevoise des journalistes et celle de M. Cédric Jotterand.

Une députée (PLR) propose de commencer par l'association genevoise des journalistes.

Un député (PLR) propose l'audition de la COFEM (Commission fédérale des médias), dont M. François Besençon est le vice-président. Il propose également l'audition de M. Gilles Marchand, président du Centre de philanthropie de l'Université de Genève. Il serait intéressant de voir quelles sont les pistes envisagées par cette entité.

La commission a aussi reçu une demande d'audition de M. Alexandre de Raemy, administrateur délégué de Media One Group.

Présentation du PL 13555 par M^{me} Caroline Marti, auteure

M^{me} Marti introduit son propos en fournissant quelques éléments de contexte relatifs à la récente annonce de restructuration qui a conduit, il convient de le reconnaître, à la disparition de la Tribune de Genève sous sa forme actuelle. Certaines rubriques ont été complètement vidées de leur personnel et une partie de la rédaction est de plus en plus fusionnée avec le journal 24 Heures. Cette annonce de restructuration a suscité de vives émotions, de la colère et de la consternation, exprimées dans divers secteurs, y compris au sein de la classe politique. De nombreuses voix se sont élevées pour condamner cette décision et apporter leur soutien aux journalistes ainsi qu'aux imprimeurs, fortement touchés par cette restructuration. Le deuxième élément de contexte concerne la réduction du paysage médiatique romand et genevois au cours des dernières années. Il est nécessaire de remonter relativement loin pour observer la disparition de plusieurs titres de presse, notamment La Suisse, Le Nouveau Quotidien, Le Journal de Genève, L'Hebdo plus récemment, ou encore la version papier du journal Le Matin, qui subsiste uniquement en ligne. Aujourd'hui, l'absorption de la Tribune de Genève par 24 Heures s'ajoute à cette liste, sans compter les nombreuses réductions de personnel survenues ces

dernières années dans divers médias. L'avenir suscite également des inquiétudes, notamment concernant Le Courrier, qui fait face à d'importantes difficultés financières depuis plusieurs années, et Le Temps, dont le bilan déficitaire persiste malgré le soutien de la Fondation Aventinus. Un troisième élément de contexte est le déplacement du pôle médiatique local vers Lausanne. Ce phénomène est illustré par le projet de fusion entre la Tribune de Genève et 24 Heures, ainsi que par le déménagement du pôle actualité de la RTS, en particulier pour la télévision, de Genève à Lausanne. M^{me} Marti souligne que ce projet de loi ne répondra pas directement à la situation spécifique de la Tribune de Genève. Néanmoins, l'objectif est de se doter d'un outil solide et pérenne, permettant d'éviter de devoir réagir systématiquement et, souvent, sans grand succès, face à chaque nouvelle annonce de restructuration et de réduction du paysage médiatique. Il est constaté qu'une intervention tardive limite les possibilités d'action.

Les impacts de cette réduction du paysage médiatique dans la région sont majeurs, en particulier sur la solidité de la démocratie et du système politique. Une démocratie robuste, où les opinions peuvent s'exprimer librement, notamment à travers les votations en Suisse, nécessite une pluralité du paysage médiatique. Cette diversité est essentielle pour fournir des informations de qualité et garantir la libre formation des opinions des citoyens en s'appuyant sur différentes sources et points de vue. Depuis plusieurs années, des alertes ont été émises quant aux menaces que la réduction du paysage médiatique fait peser sur la démocratie. Aujourd'hui, ces menaces deviennent de plus en plus pressantes, notamment face à l'essor des fake news et à la montée des mouvements autoritaires. L'exemple des récentes élections américaines et de déclarations préoccupantes d'acteurs politiques internationaux illustre cette tendance. La montée de mouvements politiques autoritaires dans les pays voisins renforce encore cette nécessité d'un paysage médiatique fort, capable de résister à ces dérives. Par ailleurs, **la révolution numérique a profondément modifié la consommation de l'information, avec une opinion publique de plus en plus influencée par les réseaux sociaux.** Ces plateformes diffusent des contenus dont la véracité n'est pas toujours garantie, favorisant ainsi la propagation de fausses informations et l'utilisation d'outils technologiques sophistiqués pour générer des contenus trompeurs. La réduction du paysage médiatique affecte également d'autres secteurs tels que la Genève internationale, le tissu économique local et le domaine sportif. Ces secteurs risquent de souffrir d'une moindre couverture médiatique, limitant ainsi la transmission d'informations et la visibilité de leurs activités. La question du financement des médias et de la production d'une information de qualité constitue un enjeu majeur. Différentes sources de financement existent,

mais elles rencontrent des difficultés croissantes. Le lectorat, incluant les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs, ne permet plus à lui seul d'assurer la viabilité des médias, notamment en raison de la mise à disposition gratuite d'un grand nombre de contenus en ligne, dont la qualité n'est pas toujours garantie. **Il devient ainsi de plus en plus complexe de faire contribuer les bénéficiaires de l'information à son financement. La publicité, autre source de revenus essentielle, est également en déclin pour les médias traditionnels. Une part importante des investissements publicitaires s'est déplacée vers les réseaux sociaux et diverses plateformes en ligne, réduisant considérablement les ressources des médias classiques.** Certains médias comptent sur des investisseurs privés pour assurer leur financement. Toutefois, cette dépendance peut soulever des préoccupations quant à l'indépendance éditoriale, ces investisseurs pouvant privilégier l'influence sur l'opinion publique au détriment de la rentabilité économique. Le mécénat privé, à l'image de la Fondation Aventinus à Genève, représente une autre solution, mais il comporte également des risques de dépendance excessive vis-à-vis d'un unique acteur, menaçant la pluralité et la diversité des sources d'information. Le financement public apparaît comme une solution complémentaire envisageable. En Suisse, des aides publiques existent déjà, principalement sous la forme de subventions indirectes, comme celles accordées pour la distribution de journaux papier, ainsi que la redevance radio-télévision, qui soutient exclusivement les médias audiovisuels. A l'étranger, notamment en France, des subventions directes sont attribuées à la presse écrite, démontrant qu'un tel soutien est réalisable et pourrait contribuer à préserver la diversité et la pérennité du paysage médiatique.

C'est sur la base de ces réflexions que le groupe socialiste, soutenu par de nombreux collègues du parti des Verts, a déposé ce projet de loi. Ce dernier part du constat que les sources de financement traditionnelles, en dehors du financement public, ne suffisent plus à garantir la pérennité d'un paysage médiatique diversifié et indépendant. Il repose également sur le principe que la mise à disposition d'une information indépendante, de qualité et diversifiée constitue un bien d'intérêt public. Or, ce bien est aujourd'hui menacé par la réduction du paysage médiatique, ce qui justifie une intervention de l'Etat afin de le protéger. Ce projet de loi vise ainsi à créer une fondation genevoise pour la diversité des médias locaux. La mise en place de cette fondation permettrait d'éviter certains écueils liés aux financements publics directs des médias, susceptibles d'engendrer des pressions compromettant leur liberté éditoriale. **La fondation agirait comme un intermédiaire, créant une barrière entre les autorités publiques, qui assurent le financement, et les médias bénéficiaires. Elle fonctionnerait de manière totalement autonome et**

serait dirigée par un conseil de fondation, au sein duquel l'Etat ne détiendrait pas la majorité. L'Etat nommerait un tiers des membres du conseil de fondation, sélectionnés pour leurs compétences en matière d'économie médiatique, de médias et d'économie de l'information. Un autre tiers serait désigné par les associations professionnelles de journalistes, tandis que le dernier tiers représenterait le lectorat, désigné par tirage au sort parmi les volontaires s'étant manifestés. **La fondation serait dotée d'un capital de départ de 10 millions de francs. Sa mission principale consisterait à attribuer des aides financières aux médias, en évaluant les demandes de soutien qui lui sont soumises, en statuant sur celles-ci et en octroyant les aides sous forme de financements de prestations, conformément à un règlement interne qu'elle établirait elle-même.** Par ailleurs, la fondation aurait également pour mission de rechercher des fonds complémentaires au capital de départ fourni par l'Etat, en sollicitant d'autres collectivités publiques, telles que les communes, ainsi que des partenaires privés.

L'article 5 du projet de loi précise les critères d'éligibilité pour les médias souhaitant bénéficier du soutien de la fondation, un élément clé visant à encadrer rigoureusement l'octroi des aides. Tout d'abord, seuls les médias généralistes sont éligibles. Le terme « généraliste » est ici entendu dans un sens relativement large, englobant des sujets transversaux tels que l'économie, l'environnement, et d'autres thématiques touchant de nombreux aspects de la société. L'objectif est d'éviter le financement de médias spécialisés sur des sujets très restreints, tels que des loisirs spécifiques ou des instruments de musique particuliers, afin de privilégier les médias couvrant un spectre plus étendu de l'actualité. La deuxième condition impose des restrictions sur le versement de dividendes et de rémunérations variables. L'objectif est d'éviter que les fonds publics ne servent à accroître les dividendes des actionnaires de certains médias. Toutefois, il n'est pas exigé que les médias soient strictement à but non lucratif. Un média constitué sous forme d'entreprise privée peut donc prétendre à une aide, sous réserve qu'il s'engage à renoncer aux dividendes et aux rémunérations variables pendant une période déterminée après l'octroi du financement. La troisième condition stipule que le siège du média doit être, en principe, situé à Genève. Toutefois, un média ayant son siège dans un autre canton romand et traitant de manière équitable l'actualité de l'ensemble des cantons pourrait également être soutenu. En revanche, il ne serait pas pertinent de financer des médias comme Le Nouvelliste ou La Liberté, qui couvrent de manière marginale l'actualité genevoise. La quatrième condition concerne le respect des conditions de travail applicables dans le secteur des médias. La cinquième condition impose que le média ne soit pas principalement orienté vers des fins commerciales ou promotionnelles. Ainsi, un journal publicitaire

contenant quelques articles rédactionnels ne serait pas éligible. Le contenu éditorial doit représenter au moins 75% du contenu total du média. La sixième condition stipule que les médias bénéficiant déjà de la redevance radio-télévision ne peuvent pas prétendre à un financement supplémentaire de la fondation, afin d'éviter un cumul des aides publiques. L'article 6 du projet de loi détaille les différentes formes de soutien financier susceptibles d'être accordées par la fondation. Deux types d'aides sont envisagés : l'aide au fonctionnement, qui vise à soutenir la production de contenu journalistique et l'aide à la création de nouveaux médias, destinée à couvrir les investissements initiaux nécessaires au lancement d'un nouveau média. Ces aides peuvent être cumulées, mais leur attribution est soumise à certaines limitations. Par exemple, selon l'alinéa 7 de l'article 6, le soutien financier destiné à la production de contenu éditorial ne pourra excéder 20% des charges totales du média. L'objectif est d'éviter une dépendance excessive aux fonds publics et de s'assurer que ces aides viennent en complément des autres sources de financement. L'article 7 précise les sources de financement de la fondation, qui reposent sur trois piliers : la dotation initiale de l'Etat, les contributions des collectivités publiques, et les soutiens provenant de partenaires privés. L'article 8 prévoit qu'une subvention annuelle sera allouée à la fondation afin de couvrir exclusivement ses frais de fonctionnement. Cette subvention ne sera pas destinée à être redistribuée sous forme d'aides financières aux médias.

Ce projet de loi apporte une réponse à long terme aux difficultés rencontrées actuellement par la plupart des médias à Genève. Son élaboration a été précédée de consultations auprès de diverses personnes, notamment des journalistes. Depuis son dépôt, d'excellents retours ont été reçus de la part de professionnels du secteur, qu'il s'agisse de journalistes en activité dans les médias locaux, de responsables de ces médias, ou encore de journalistes ayant quitté la profession, soit en raison de désaccords avec la ligne éditoriale de leurs anciens employeurs, soit à la suite de licenciements. Nombre d'entre eux expriment aujourd'hui le souhait de créer de nouveaux médias sous des formes variées, combinant texte, vidéo et contenu audio, et considèrent ce projet de loi comme une opportunité précieuse pour bénéficier d'un soutien, notamment à travers l'aide à la création de nouveaux médias.

M^{me} Marti invite la commission, dans le cadre de ses travaux, à auditionner les personnes directement concernées, à savoir les journalistes et les responsables de médias, mais également des représentants de secteurs touchés par la réduction du paysage médiatique, tels que les milieux sportif et culturel, qui ont également beaucoup à perdre.

Un député (S) demande, concernant l'éligibilité des médias au regard des critères définis par l'article 5, lettre b, si, par exemple, la Tribune de Genève serait éligible.

M^{me} Marti précise que ce projet de loi ne vise pas à répondre directement à la problématique actuelle de la Tribune de Genève. Elle rappelle que, à la suite de l'annonce de la restructuration, plusieurs pistes ont été envisagées, notamment la reprise du titre par un autre groupe, par les journalistes eux-mêmes ou encore par une structure tierce. Une autre possibilité pourrait être la création d'un nouveau média par les journalistes, en s'appuyant sur les soutiens que la fondation pourrait leur apporter.

Le député (S) s'interroge sur le nombre de médias concernés et sur l'estimation du nombre de journalistes potentiellement impactés.

M^{me} Marti indique qu'aucun inventaire précis n'a été réalisé à ce stade. Toutefois, certains médias, tels que Le Temps, pourraient être éligibles, malgré le fait qu'ils bénéficient déjà d'un financement de la fondation Aventinus, sans qu'aucune règle ne les empêche de solliciter un soutien supplémentaire auprès de la nouvelle fondation. Le Courrier serait également un bénéficiaire potentiel. Concernant les radios locales, elle cite l'exemple de Radio Lac, en soulignant que cette dernière pourrait rencontrer des difficultés à satisfaire les critères relatifs au contenu éditorial, du fait de la large diffusion de musique. Cependant, elle estime qu'une réflexion pourrait être engagée afin d'inclure la diffusion musicale dans une perspective de promotion culturelle, ce qui permettrait à certaines stations de radio de prétendre à un financement.

Un député (PLR) s'interroge sur les médias susceptibles de bénéficier du soutien de la fondation et exprime la crainte que seuls certains médias, comme Le Courrier, en soient les principaux bénéficiaires. Il demande également si des médias comme Les Observateurs pourraient prétendre à ces aides.

M^{me} Marti précise que de tels médias pourraient être éligibles à condition de se conformer aux règles déontologiques du journalisme.

Le député (PLR) cherche alors à clarifier la notion de règles déontologiques du journalisme.

M^{me} Marti explique que ces règles sont établies par la profession elle-même et qu'elles reposent sur les usages définis par la charte de la presse.

Le député (PLR) demande si toute entité affirmant respecter ces règles, ainsi que les critères relatifs aux charges sociales et aux autres conditions stipulées, pourrait prétendre à une aide de la fondation.

M^{me} Marti confirme que, sous réserve de conformité aux conditions requises, un tel soutien est envisageable. Toutefois, elle rappelle que le conseil

de fondation dispose d'une marge d'appréciation pour accepter ou refuser une demande d'aide, ainsi que pour arbitrer la répartition des fonds.

Le député (PLR) exprime des préoccupations concernant la composition du conseil de fondation, soulignant le risque d'un manque de compétence en gestion financière et la possibilité que certains membres soient tentés de s'octroyer des fonds. Il remet en question l'idée d'un tirage au sort pour la désignation des représentants du lectorat, estimant qu'une gouvernance efficace exige des compétences spécifiques.

M^{me} Marti réfute cette crainte, affirmant que les intérêts des différentes parties prenantes – l'Etat, les journalistes et le lectorat – sont suffisamment divers pour garantir un équilibre dans la gestion des fonds. Elle souligne que le lectorat, bien qu'il ne soit pas composé d'experts en gestion, représente un maillon essentiel dans la prise de décision, en apportant un point de vue fondé sur ses attentes en matière d'information. Elle rappelle également que les membres nommés par les partis politiques ne sont pas nécessairement des spécialistes de la gestion, mais qu'ils représentent la population à travers leurs partis.

Le député (PLR) insiste sur le fait que la majorité des membres du conseil de fondation, composée de spécialistes du domaine des médias et de représentants des associations de journalistes, pourrait entraîner un conflit d'intérêts, ces derniers étant susceptibles de financer leurs propres concurrents ou proches. Il exprime également ses doutes quant à la compétence des représentants du lectorat, tirés au sort, pour administrer efficacement une somme aussi importante que 10 millions de francs.

M^{me} Marti réaffirme que cela ne constitue pas un problème, mettant en avant la nécessité de représenter l'opinion publique de manière démocratique. Elle considère que des personnes non spécialisées en gestion peuvent apporter une contribution précieuse à la réflexion sur l'allocation des fonds. Enfin, elle précise que les spécialistes du domaine des médias mentionnés dans le projet ne sont pas nécessairement des professionnels en activité, mais plutôt des experts, tels que des chercheurs ou des économistes spécialisés dans l'économie de l'information, ce qui limite le risque de conflits d'intérêts.

Un député (Ve) fait référence à un rapport de la Commission fédérale des médias datant de janvier 2023, qui traite de l'aide aux médias et met en avant l'importance d'une approche technologiquement neutre. Il souligne que les médias utilisent aujourd'hui des canaux de diffusion diversifiés et insiste sur la nécessité de garantir une information de qualité, quel que soit le support utilisé. Il s'interroge sur la manière dont cette qualité peut être assurée et

demande si la fondation prévoit des mécanismes de contrôle initiaux et réguliers pour s'assurer du respect des critères établis.

M^{me} Marti répond que ces aspects devront être définis dans les règles de fonctionnement de la fondation, une fois les statuts approuvés par le Grand Conseil. La réglementation interne précisera les procédures à suivre pour la demande et l'obtention d'aides financières, ainsi que les modalités de contrôle. Elle indique que le projet de loi prévoit déjà certaines dispositions, notamment en ce qui concerne l'aide au contenu, qui est accordée pour une période de deux ans et renouvelable sous condition d'une nouvelle demande, impliquant ainsi un contrôle périodique.

Le député (Ve) demande si le canal de diffusion revêt une importance particulière dans l'attribution des aides.

M^{me} Marti confirme que le canal de diffusion n'est pas un critère discriminant. Elle rappelle que ce projet de loi repose en grande partie sur une initiative déposée en 2017, qui a été ajustée pour mieux répondre aux évolutions du paysage médiatique. A l'origine, l'aide était destinée exclusivement aux médias écrits, mais les modifications apportées permettent désormais d'élargir le soutien à d'autres formats, incluant les contenus audiovisuels, en ligne et hybrides. Elle souligne que les médias écrits actuels produisent également des vidéos et des podcasts, brouillant les frontières traditionnelles entre les supports. De plus, le projet de loi prend en compte les médias en ligne de qualité, même s'ils n'ont pas de version imprimée. Une autre modification majeure concerne la possibilité de soutenir des médias à but lucratif, à condition qu'ils renoncent au versement de dividendes pendant une période définie après l'octroi de l'aide.

Le député (Ve) ajoute qu'il se souvient des critiques formulées à l'égard de la SSR, qui avait été rappelée à l'ordre pour avoir publié un volume important d'articles écrits, ce qui pouvait entrer en concurrence avec la presse écrite. Il rappelle que la SSR, bénéficiant d'une redevance spécifique destinée à la radiodiffusion, occupe une position particulière. Il note toutefois que la SSR a depuis réduit la longueur de ses articles afin de respecter les équilibres entre les différents types de médias.

Un député (MCG) exprime des préoccupations concernant la viabilité économique des nouveaux médias dans le cadre du projet de loi. Il souligne la difficulté de structurer un financement viable dans un marché aussi restreint que celui de Genève, une ville de 500 000 habitants, où les opportunités en matière de publicité et de partenariats commerciaux restent limitées. Il reconnaît la logique du projet, mais s'interroge sur sa faisabilité concrète,

craignant que la mise en œuvre ne se heurte à des obstacles économiques significatifs en raison des nombreuses contraintes imposées.

M^{me} Marti précise que l'objectif de cette aide est de venir en complément d'autres sources de financement, et non de devenir la principale ou l'unique source de revenus d'un média. Un média bénéficiant d'un soutien de la fondation continuerait à générer des revenus par le biais de son lectorat, que ce soit par la vente d'abonnements ou la distribution à l'unité. De plus, il pourrait toujours tirer des ressources publicitaires, dans la limite des 25% de contenu publicitaire autorisés par le projet de loi. Cette marge permettrait d'assurer une contribution non négligeable au financement global du média. Elle insiste sur le fait que le projet de loi et les aides financières associées sont envisagés comme une composante parmi d'autres dans le modèle économique des médias concernés. La fondation n'a pas vocation à maintenir un média sous perfusion financière, mais plutôt à offrir un appui complémentaire qui vient renforcer les autres sources de revenus. L'objectif est d'encourager des modèles économiques diversifiés et viables sur le long terme, tout en préservant la diversité du paysage médiatique genevois.

Un député (Ve) s'interroge sur la projection financière concernant le fonctionnement de la fondation et la gestion du capital de départ de 10 millions de francs. Il souligne que, bien que ce montant puisse sembler important, il reste relativement modeste à l'échelle du budget de l'Etat. Il questionne la capacité de la fondation à assurer sa pérennité en s'appuyant sur des contributions supplémentaires de partenaires privés ou d'autres collectivités publiques, tout en reconnaissant l'incertitude entourant ces sources de financement. Il demande si une estimation a été réalisée sur la durée pendant laquelle ce capital pourrait suffire, et s'il est envisagé de prévoir un renouvellement régulier, que ce soit annuel ou à une fréquence plus espacée.

M^{me} Marti répond qu'il est difficile d'apporter une estimation précise, car cela dépendra largement de la demande et de la dynamique du secteur médiatique. **Si plusieurs nouveaux médias sont créés dès la première année, le capital pourrait être consommé rapidement.** En revanche, si seuls quelques médias existants sollicitent une aide et qu'un seul nouveau projet est lancé, la consommation du capital sera plus progressive. Elle souligne également que la capacité de la fondation à attirer des financements complémentaires, qu'ils proviennent d'autorités publiques ou d'acteurs privés, jouera un rôle déterminant dans la durée de vie du fonds initial. Elle précise que la logique derrière cette dotation est d'amorcer un soutien progressif, en puisant dans le capital au fil du temps. Toutefois, elle reconnaît qu'**il est peu probable que la fondation puisse se contenter des contributions extérieures, rendant inévitable, à un moment donné, une discussion sur**

une éventuelle nouvelle dotation. L'objectif est d'éviter une remise en question annuelle de la part des pouvoirs publics, qui impliquerait un retour à une aide directe et soumettrait la fondation à des débats récurrents sur le financement. L'approche choisie vise donc à garantir un financement à long terme tout en évitant les fluctuations annuelles des dotations publiques.

Le député (Ve) soulève alors la question de l'opportunité d'envisager un capital de départ plus conséquent, afin de garantir une plus grande stabilité financière dès le lancement de la fondation.

M^{me} Marti répond qu'elle ne s'oppose pas à cette proposition et laisse à la commission le soin de débattre et de prendre position sur cette question.

Un député (PLR) s'interroge sur l'objectif du projet de loi et demande s'il vise à soutenir les journalistes ou le journalisme en tant que tel.

M^{me} Marti précise qu'il s'agit bien de soutenir le journalisme, en rectifiant ses propos antérieurs lorsqu'elle évoquait la nécessité de soutenir les journalistes dans le contexte de la restructuration de la Tribune de Genève.

Le député (PLR) questionne ensuite la pertinence de l'intervention de la fondation dans des cas comme celui de la Tribune de Genève. Il s'interroge sur l'impact qu'un soutien financier pourrait avoir sur l'augmentation du lectorat, soulignant que l'accès à l'information est déjà largement disponible et que la presse elle-même peut relayer des fake news. Il s'inquiète également des critères de sélection des médias éligibles et de la pertinence de soutenir des médias qui se contenteraient de reprendre du contenu existant. Enfin, il questionne la situation du journal Le Temps et la nécessité d'une intervention publique, tout en suggérant qu'une action au niveau fédéral pourrait être plus appropriée pour garantir l'indépendance des médias.

M^{me} Marti répond que la fondation ne vise pas à résoudre directement la situation de la Tribune de Genève, mais plutôt à garantir un paysage médiatique diversifié et plus résilient face aux décisions économiques des groupes privés. Concernant la qualité du contenu et la question des reprises de dépêches, elle souligne que l'alinéa 4 de l'article 6 du projet de loi précise que seuls les contenus produits directement par les médias bénéficiaires sont éligibles aux aides, excluant ainsi les reprises d'agences de presse. S'agissant du journal Le Temps, elle explique que, bien que la situation actuelle semble stable, des inquiétudes ont été exprimées quant à sa pérennité. En l'absence de solutions au niveau fédéral, elle estime qu'une intervention locale est justifiée, afin de garantir un soutien spécifique aux médias traitant de l'actualité locale, qui ne bénéficient pas des aides fédérales existantes, principalement destinées à la distribution des journaux papier.

Un député (S) rappelle qu'il existe des statistiques démontrant qu'il n'y a pas nécessairement de corrélation entre la qualité d'un article et sa rentabilité, au niveau tant local que national ou international.

Un député (PLR) revient sur la situation du Temps en demandant si, en cas de difficultés, l'Etat devrait se substituer à la fondation Aventinus. Il exprime ses préoccupations quant à l'indépendance de la presse, soulignant que des subventions directes de l'Etat risqueraient de compromettre cette indépendance.

M^{me} Marti insiste sur le fait que **le projet de loi prévoit un soutien indirect à travers une fondation autonome, précisément pour éviter toute ingérence des pouvoirs publics dans les choix rédactionnels**. Elle réaffirme que le projet repose sur le principe selon lequel la production d'une information locale de qualité a un coût que les médias ne peuvent plus assumer seuls. L'intervention publique, via la fondation, vise à garantir la pérennité de cette information sans compromettre l'indépendance des médias.

Audition de M^{me} Séverine Chave, présidente de l'Association genevoise des journalistes (AGJ)

M^{me} Chave est journaliste, ayant travaillé pendant trois ans pour la RTS, puis six ans au journal Le Temps, où elle a dirigé la rubrique vidéo durant trois ans. Actuellement, elle travaille pour une société de production. Elle dit que l'annonce du projet de loi concernant la fondation de soutien aux médias a été perçue comme une opportunité bienvenue. En effet, elle constate que **le modèle économique actuel de la presse est en fin de cycle, sans que les moyens, le temps et les ressources nécessaires soient disponibles pour imaginer le prochain**. Cette situation est jugée inconfortable. Elle souligne que **la disparition du modèle actuel est due à plusieurs facteurs concomitants : le manque d'investissement des éditeurs dans le journalisme, la numérisation des pratiques, qui déplace le lectorat du papier vers le web sans investissement adéquat dans les nouveaux formats, une culture de la gratuité instaurée par les médias eux-mêmes et amplifiée par les réseaux sociaux, la diminution des revenus publicitaires qui finançaient historiquement la presse, la concurrence des journaux gratuits au sein des mêmes groupes, et des choix stratégiques discutables de la part des rédactions**.

Elle observe que **la réponse actuelle consiste principalement à réduire les coûts, sans investir dans l'innovation**. Cela entraîne une concentration des titres, une perte de pluralisme et une homogénéisation du discours médiatique. Entre 2009 et 2022, le nombre de titres nationaux est passé de

312 à 245, et à Genève de 39 à 14. De plus, 40% des contenus sont publiés dans au moins deux titres, renforçant l'impression de lire les mêmes articles partout. Pour les sujets de politique nationale, ce pourcentage atteint plus de 50%. M^{me} Chave ajoute qu'entre 2011 et 2022, le nombre d'emplois en équivalent temps plein est passé de 209 à 188, tandis que le nombre de journalistes indépendants a augmenté. Cette logique de réduction affecte la qualité du travail journalistique, limitant le temps d'enquête et de reportages sur le terrain. Concernant les aides publiques, elle estime qu'elles sont contradictoires. Au niveau fédéral, elles soutiennent uniquement la presse papier, retardant ainsi la transition vers le numérique, alors que ce dernier est devenu le principal canal d'information. Elle cite en exemple le cas de Genève, où les cinq principaux médias influençant l'opinion sont : 20 Minutes, la RTS, la Tribune de Genève, YouTube et Instagram. Pour les 15-29 ans, les plateformes les plus influentes sont Instagram, YouTube, TikTok, 20 Minutes, puis X (ex-Twitter), avec une quasi-absence des titres de presse traditionnels.

M^{me} Chave affirme que les revenus de la presse proviennent encore majoritairement du papier, alors que l'usage du numérique est en constante progression. **La création d'une fondation permettrait de disposer du répit nécessaire pour imaginer de nouveaux modèles économiques et sortir de la logique de réduction des effectifs, tout en offrant aux journalistes l'opportunité de développer de nouveaux projets.** Elle met en garde contre le risque d'un désert médiatique ou d'une perte d'indépendance de la presse si aucune solution durable n'est trouvée. Selon elle, il est essentiel de créer de nouveaux médias et titres, car les structures existantes peinent à se réinventer.

Une députée (PLR) exprime son étonnement face au classement des médias mentionné, soulignant l'importance croissante du numérique et des réseaux sociaux. Elle interroge M^{me} Chave sur le rôle des journalistes dans cette transition, se demandant pourquoi ils ne prennent pas déjà le temps de réfléchir et d'anticiper ces évolutions.

M^{me} Chave explique que les journalistes sont actuellement en situation de survie au sein de leurs rédactions respectives, ce qui les empêche de se consacrer à de nouveaux projets faute de financement. Elle souligne que l'existence de fondations, notamment privées, permet déjà de soutenir certains projets. Toutefois, une multiplication de ces structures offrirait aux journalistes la possibilité de tester diverses approches sur une période de deux à trois ans, leur donnant ainsi le temps de trouver un modèle économique viable. A l'issue de cette période, les projets pourraient soit s'établir durablement, soit disparaître s'ils ne parviennent pas à assurer leur viabilité.

La députée (PLR) reconnaît que le soutien financier est essentiel pour les journalistes en difficulté. Elle s'interroge cependant sur l'avenir de la presse papier et sur le devenir des journalistes indépendants. Elle cherche à comprendre comment ces derniers se reconvertissent et quelle est leur relation avec les médias numériques, afin d'identifier les moyens les plus pertinents pour leur apporter un soutien efficace.

M^{me} Chave expose différents cas de figure parmi les journalistes indépendants. Certains tentent de vendre leurs articles aux médias existants, mais sont faiblement rémunérés. D'autres quittent la profession pour se reconverter dans d'autres secteurs. Enfin, un certain nombre de journalistes souhaitent se regrouper et lancer de nouveaux projets, mais restent freinés par l'absence de modèle économique viable.

La députée (PLR) souligne qu'il existe donc des réflexions en cours.

M^{me} Chave confirme qu'il y a effectivement des réflexions en cours. Elle insiste sur le fait que le secteur est en pleine transition entre deux modèles, l'ancien arrivant à sa fin tandis que le nouveau reste encore à définir. Elle souligne que cette période de transition nécessite un soutien financier pour permettre l'émergence de nouvelles solutions adaptées.

Un député (S) souhaite approfondir la réflexion sur l'évolution actuelle du paysage médiatique, qu'il qualifie de pivot. Il s'interroge sur la viabilité de nouveaux concepts financés par des fondations, notamment en ce qui concerne la presse numérique. Il cite l'exemple du Blick, qui a fait le choix d'être exclusivement au format numérique, et il se demande si ce modèle est viable et si la qualité du contenu est maintenue. Il souligne l'importance de préserver une information vérifiée et de qualité, car les statistiques indiquent que les jeunes s'informent principalement via des plateformes où le risque de désinformation est élevé. Il estime qu'il existe un réel danger lié à la propagation de fausses informations et souligne la nécessité de nouveaux moyens de financement pour répondre à ces enjeux.

M^{me} Chave précise que les données mentionnées proviennent du monitoring des médias et qu'elle a elle-même été surprise de constater qu'Instagram et YouTube sont considérés comme des médias à part entière. Elle rappelle que ces plateformes, ainsi que TikTok et X, hébergent du contenu de médias traditionnels, soulignant que Le Temps est particulièrement actif sur TikTok et Instagram afin d'y assurer une présence de contenus vérifiés. Cependant, très peu de médias en Suisse romande investissent ces canaux, hormis la RTS et le Blick. Elle insiste sur le fait que ces plateformes constituent l'avenir du lectorat et que le manque d'investissement est lié non seulement à des erreurs stratégiques, mais surtout à des ressources financières limitées. Une

fondation pourrait offrir le soutien nécessaire pour permettre aux médias de prendre des risques qu'ils ne peuvent actuellement se permettre de prendre par crainte de pertes financières. Concernant le Blick, elle indique ne pas disposer de chiffres officiels, mais, selon ses contacts internes, le modèle numérique adopté par le média semble bien fonctionner.

Un député (S) apporte un élément complémentaire concernant l'utilisation des réseaux sociaux par les jeunes. Il mentionne une étude récente qui démontre que, chez les 15-25 ans, TikTok et Instagram ne sont pas seulement des vecteurs d'information, mais également des moteurs de recherche. Il souligne que les jeunes privilégient désormais ces plateformes pour rechercher des informations, au détriment des moteurs de recherche classiques tels que Google.

Un député (Ve) exprime son intérêt pour la défense du journalisme en tant que discipline, plutôt que des journalistes en tant qu'individus, d'un point de vue politique. Il pose la question de savoir s'il est possible de définir objectivement le journalisme de qualité et quels critères pourraient être appliqués à cet effet.

M^{me} Chave explique que le Conseil fédéral a publié un rapport détaillant les aides envisageables au niveau national, accompagné d'une grille de critères objectivables. Ces critères incluent des éléments tels que la source des informations, le pourcentage de contenu repris à partir de dépêches, ainsi que la formation des journalistes. Elle suggère que cette grille pourrait être reprise ou adaptée par le conseil de la fondation qui sera chargé d'établir les critères d'attribution des aides. Elle mentionne également que des réflexions similaires sont en cours au sein d'Impressum, visant à revaloriser la carte de presse, le registre professionnel et la profession de journaliste elle-même. Elle souligne que le journalisme est une profession non protégée, et que n'importe qui peut aujourd'hui se proclamer journaliste, y compris les blogueurs, YouTubers, TikTokers et influenceurs. Toutefois, elle admet que certains d'entre eux réalisent un travail journalistique rigoureux et déontologique, et pourraient potentiellement être reconnus au niveau professionnel.

Une députée (S) se dit intéressée par la possibilité d'obtenir des références du rapport du Conseil fédéral mentionné par M^{me} Chave. Elle s'interroge sur le fonctionnement du code déontologique des journalistes, sa mise en œuvre, et se demande si celui-ci pourrait servir de base pour établir les critères d'évaluation de la qualité journalistique. Elle relève que l'existence de cette grille pourrait éviter de devoir en créer une nouvelle.

M^{me} Chave précise qu'il existe une charte de déclaration des droits et devoirs déontologiques que tout candidat au registre professionnel doit signer

pour obtenir sa carte de presse. Cette déclaration constitue un engagement formel au respect des principes journalistiques, ce qui pourrait également servir de fondement pour définir les critères d'éligibilité aux aides et à la reconnaissance professionnelle.

Un député (UDC) souligne que le principal problème auquel la presse est confrontée est le financement, notamment en raison du déplacement des budgets publicitaires. Il observe que de nombreuses entreprises suisses investissent leurs budgets publicitaires dans des chaînes de télévision françaises, ce qui entraîne une fuite de ressources financières qui échappent en grande partie à la presse écrite et même à la RTS. Il note que cette situation impose des changements de modèle à tous les niveaux. Il interroge M^{me} Chave sur les projets de création de nouveaux médias mentionnés précédemment et demande pourquoi ces porteurs de projet ne sollicitent pas des structures comme la Fondetec, qui soutient la création d'entreprises.

M^{me} Chave reconnaît la pertinence de la question et indique qu'elle demandera aux porteurs de projet pourquoi ils ne s'adressent pas à la Fondetec. Elle estime que l'adoption d'une loi pour la création d'une fondation dédiée au soutien du développement des médias pourrait agir comme un catalyseur. Selon elle, cette initiative pourrait encourager de nombreux porteurs de projets qui hésitent à se lancer, convaincus que la création d'un média à long terme est actuellement irréalisable. Une telle fondation pourrait ainsi libérer le potentiel de nombreux projets actuellement à l'arrêt.

Le député (UDC) souligne que le problème réside principalement dans l'absence de soutien financier et publicitaire. Il affirme que, sans un financement adéquat, le lancement de nouveaux projets est voué à l'échec.

M^{me} Chave confirme que le manque de financement constitue un obstacle majeur. Elle évoque l'initiative de la fondation Media Forward Fund, une fondation privée qui regroupe l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, et qui vient d'étendre ses activités à la Suisse romande. Cette fondation vise à soutenir les médias après leur lancement, une période critique où les financements initiaux s'épuisent et où le modèle économique n'est pas encore stabilisé. Son objectif est de financer cette phase transitoire et de permettre aux médias de tester différents modèles économiques. A terme, la fondation a pour ambition de se retirer une fois que des solutions viables auront été trouvées. Actuellement, Media Forward Fund soutient deux projets en Suisse, chacun bénéficiant d'un financement de 400 000 francs sur une période de deux ans.

Un député (PLR) observe qu'il n'y a jamais eu autant d'informations qu'aujourd'hui. Avant, l'information provenait principalement des journaux papier, tandis qu'actuellement, les jeunes se tournent vers d'autres sources. Il

s'interroge sur l'impact d'une fondation qui financerait certains médias et sur la manière dont cela pourrait inciter les jeunes à revenir vers des médias traditionnels. Il questionne également la logique d'un soutien financier public aux médias, arguant que **la création d'un média devrait relever du principe entrepreneurial, où les créateurs doivent investir de leur temps et de leurs ressources personnelles, à l'image des start-up qui formulent un projet avant de chercher des fonds auprès d'organismes spécialisés.** Il cite l'exemple du Journal de Morges, qui a su se réinventer et attirer un lectorat fidèle, prouvant qu'un modèle économique viable peut émerger sans aides publiques.

M^{me} Chave répond en prenant l'exemple de son expérience au sein du journal Le Temps, où la rubrique vidéo attirait majoritairement un public âgé de 18 à 24 ans via les réseaux sociaux. Elle cite également l'exemple du journal Le Monde, qui a investi précocement dans des plateformes comme TikTok, Snapchat et Instagram, ce qui a contribué, après quelques années, à un rajeunissement de la moyenne d'âge de ses abonnés payants. Selon elle, bien qu'il soit difficile d'établir un lien de cause à effet direct, cette stratégie a permis d'imposer la marque auprès des jeunes, qui sont devenus abonnés une fois leur pouvoir d'achat accru. Elle insiste sur la nécessité d'engager des profils capables de s'adresser aux jeunes et sur le besoin de créer de nouveaux médias avec des formats innovants, adaptés aux usages actuels, comme le scrollytelling, les formats interactifs et les contenus spécifiques aux smartphones, qui rencontrent un succès avéré à l'international. M^{me} Chave reconnaît qu'**en Suisse romande, l'entrepreneuriat médiatique est en retard par rapport à la Suisse alémanique, où plusieurs initiatives ont vu le jour ces dernières années**, certaines étant désormais soutenues par le Media Forward Fund.

Le député (PLR) demande si cela signifie que l'Etat devrait investir dans les médias en Suisse romande alors que ce n'est pas nécessaire en Suisse alémanique.

M^{me} Chave souligne qu'il reste à voir si les médias suisses alémaniques pourront survivre sur le long terme sans soutien public. Elle estime qu'un signal politique fort en faveur du journalisme pourrait susciter des vocations et inciter à la création de nouveaux projets.

Le député (PLR) exprime son scepticisme quant à l'intervention de l'Etat, soulignant qu'aucun soutien public n'a été apporté lors de la crise du secret bancaire qui a conduit de nombreux banquiers à se reconvertir dans d'autres secteurs. Il reconnaît toutefois que l'information revêt un intérêt public particulier.

M^{me} Chave compare la situation du journalisme à d'autres secteurs soutenus par des fonds publics, tels que le cinéma ou la recherche scientifique, arguant que le journalisme joue un rôle tout aussi crucial dans la société et le vivre-ensemble.

Le député (PLR) fait remarquer que les financements publics pour le cinéma concernent généralement des projets spécifiques et non des industries entières.

Un député (S) rappelle l'importance du journalisme dans une démocratie comme la Suisse. Il insiste sur le rôle essentiel de la presse locale pour informer les citoyens dans un pays où les votations sont fréquentes et où des débats éclairés sont nécessaires sur des enjeux politiques et sociaux variés. Il souligne que, bien que cette activité ne soit pas toujours rentable, elle reste néanmoins indispensable à la vie démocratique.

Un député (Ve) interroge sur la viabilité économique des entreprises de médias, compte tenu des conditions actuelles, notamment l'attrait de la gratuité, l'effondrement du marché publicitaire et la taille limitée du bassin de lecteurs. Il se demande s'il est pertinent de continuer à rechercher un modèle économique viable pour la presse ou s'il serait plus approprié d'accepter l'idée qu'un soutien public est nécessaire pour financer un service d'intérêt public.

M^{me} Chave répond qu'elle pense que les deux approches sont possibles. Selon elle, certains modèles économiques fonctionnent, citant l'exemple de Hugo Décrypte, qui compte des millions de followers et se finance principalement par la publicité, un modèle traditionnel mais efficace. Elle mentionne également Vigousse, qui a trouvé un modèle économique viable en combinant publicité et lectorat de niche. Elle estime que les journaux visant des publics très locaux ou spécialisés, avec un ton spécifique, peuvent survivre grâce à des abonnements, des dons et des revenus publicitaires. Cependant, elle souligne que la question du financement public reste cruciale et devrait être abordée au niveau fédéral, surtout dans un contexte où les frontières entre les différents formats médiatiques deviennent de plus en plus floues.

Le député (Ve) évoque le cas de Vigousse, qui produit 16 pages par semaine, tout en faisant face au départ prochain d'une partie de sa rédaction atteignant l'âge de la retraite. Il souligne l'importance de la relève et pose la question du lien entre le soutien au journalisme et celui aux journalistes. Il s'interroge sur la qualité de la formation des nouvelles générations de journalistes et demande si cela représente un enjeu majeur, notamment en ce qui concerne le soutien aux rédactions qui forment des stagiaires.

M^{me} Chave les informe que les cantons de Fribourg et Vaud subventionnent partiellement les rédactions pour encourager la prise de stagiaires. Elle

mentionne le Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM), qui, selon elle, nécessitait une réforme de son programme. Elle exprime son optimisme quant à la nouvelle direction récemment nommée, qui pourrait apporter des améliorations. Elle reconnaît que le CFJM, bien qu'il ne soit pas exclusivement réservé aux titulaires d'un bachelors, permettant ainsi une diversité de profils, est en perte de vitesse en raison de la diminution du nombre de stagiaires, conséquence directe de la réduction des moyens financiers.

Le député (Ve) suggère que **le soutien aux rédactions pourrait être envisagé sous l'angle de la formation, en facilitant l'accueil et l'encadrement des stagiaires.**

Un député (S) souligne l'intérêt de permettre aux rédactions de disposer d'un laps de temps durant lequel la prestation journalistique pourrait être temporairement dé-marchandisée. Cela offrirait un espace propice à l'innovation, sans la pression immédiate de la rentabilité. Il évoque la possibilité de soutenir la formation tout en analysant comment les journalistes, en raison de leur formation, peinent à s'adresser aux jeunes générations. Il demande à M^{me} Chave si elle a connaissance d'autres initiatives ou innovations dans le domaine, notamment en lien avec la digitalisation de l'information.

M^{me} Chave explique que, mis à part la vidéo, peu d'initiatives exploitent pleinement les caractéristiques propres aux médias numériques. Elle observe que **la plupart des médias se contentent encore de reproduire des formats papier sur écran, sans exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies.** Elle insiste sur **l'importance de sortir de la logique actuelle, qui consiste à réduire les coûts et à produire davantage avec moins de ressources.** Elle partage l'exemple du journal Le Temps, où une initiative avait été lancée pour consacrer six mois à un projet approfondi sur l'usage des téléphones par les adolescents, nécessitant des témoignages et une recherche approfondie. Ce projet n'aurait pas pu voir le jour sans la liberté de disposer du temps nécessaire, un luxe rarement accessible dans les conditions actuelles. Elle ajoute que **la question est aussi d'ordre stratégique, certaines rédactions préférant courir après l'actualité immédiate au détriment d'enquêtes approfondies.** Elle soulève l'hypothèse que la formation ne devrait pas seulement concerner les journalistes, mais également les rédacteurs en chef, qui jouent un rôle clé dans l'orientation éditoriale des médias.

Discussion interne

Un député (Ve) suggère d'aborder la question sous un angle plus économique en auditionnant des personnes ayant réussi à lancer des projets médiatiques locaux avec des soutiens privés ou publics. Il propose d'inviter les

rédacteurs en chef du Journal de Morges ou du journal La Liberté, qui ont développé des modèles économiques viables.

Un député (S) soutient cette idée, soulignant qu'il est important d'examiner l'aspect entrepreneurial du secteur.

Une députée (S) exprime des doutes quant à l'intérêt des organismes de soutien aux projets entrepreneuriaux pour les projets médiatiques. Elle propose de solliciter leur position par écrit afin de mieux comprendre leur point de vue et de savoir s'ils ont déjà été sollicités pour ce type de projet.

M. Loeffler résume **les critères d'analyse de la Fondation d'aide aux entreprises, précisant que leur évaluation repose sur la viabilité à long terme et la capacité du projet à rembourser un crédit. Il explique que la FAE fonctionne sous forme de cautionnement et applique une analyse bancaire rigoureuse pour s'assurer du potentiel de rentabilité des projets soumis.**

Un député (PLR) met en garde contre le risque de distorsion de concurrence que pourrait engendrer un soutien public spécifique à certains médias.

Audition de M. François Besençon, vice-président de la COFEM

M. Besençon, souligne que la Commission fédérale des médias accorde une importance particulière aux questions liées à l'aide aux médias. Il résume la position globale de la commission sur ce sujet. Les médias indépendants sont essentiels à la démocratie. Cette affirmation englobe non seulement les médias traditionnels, mais aussi les portails d'information, les blogs et autres formes médiatiques. **La mission fondamentale des médias réside dans la formation de l'opinion. Il est primordial de garantir la pluralité et la diversité de l'information. Deux modèles peuvent coexister : un système avec un média unique ayant une obligation légale de représenter tous les avis ou un marché libre avec une diversité de médias assurant une couverture pluraliste. En Suisse, ces deux modèles cohabitent, notamment avec les obligations imposées aux radiotélévisions concessionnées, publiques et privées, qui garantissent la diversité des contenus, ce qui n'est pas le cas dans la presse écrite. Il précise que la fonction essentielle est le journalisme, et non la présence des journalistes en tant que tels. Ce qui doit être protégé n'est pas un média spécifique, mais la capacité à offrir une couverture médiatique suffisante à tous les niveaux – fédéral, cantonal et communal – afin de permettre la formation de l'opinion. Le financement des médias doit être durable et technologiquement neutre. L'aide actuelle aux médias repose sur des vecteurs traditionnels (radio, télévision, presse écrite). Cependant, avec l'évolution des moyens de distribution, ces**

distinctions ne sont plus pertinentes. Les contenus sont désormais diffusés sur des plateformes multiples. Il est donc crucial d'assurer une neutralité technologique pour éviter des biais sur le marché. L'aide aux médias est ancienne, notamment l'aide indirecte liée à la distribution postale ou au financement d'infrastructures. Cependant, il convient de s'interroger sur le niveau et la forme que doit prendre cette aide aujourd'hui. **Le problème principal des médias n'est pas un manque de capital, mais une rentabilité insuffisante, notamment pour le journalisme local.** Les mesures prises par certains cantons, comme le canton de Vaud, n'ont pas encore démontré une amélioration tangible de la situation.

Concernant le projet de loi, les questions fondamentales restent celles du rôle de l'Etat, de la justesse du modèle proposé et de la gouvernance des aides. Il ne suffit pas de mobiliser des fonds, il est essentiel de définir des critères d'éligibilité et de répondre aux besoins spécifiques du marché. **Une aide fragmentée risque de manquer d'efficacité.** Par ailleurs, **les nombreuses demandes émanant de start-up médiatiques soulignent la nécessité de structurer les aides de manière cohérente et adaptée.** M. Besençon rappelle que les moyens nécessaires pour résoudre les déficits des médias sont difficilement quantifiables. Par exemple, les déficits annuels de certains titres suisses atteignent déjà des montants significatifs à sept chiffres. **Une approche consistant uniquement à subventionner les médias risque de les maintenir dans une dépendance sans résoudre les problèmes structurels de rentabilité.** Dans le texte du projet de loi, il propose de remplacer le terme « médias généralistes », non défini juridiquement, par « médias participant à la formation de l'opinion ». A l'article 5, alinéa b, qui restreint fortement les dividendes et rémunérations variables, il souligne que ces clauses peuvent entraver le développement économique des médias, notamment en dissuadant les investissements privés.

Enfin, M. Besençon recommande **une approche coordonnée au niveau régional, voire romand, plutôt qu'un modèle cantonal. Cela permettrait de bénéficier d'économies d'échelle et d'une gouvernance professionnelle pour gérer les fonds.** Une structure de financement pourrait inclure des contributions des cantons, des villes, des institutions et des grandes fondations présentes en Suisse romande. Il mentionne également l'initiative « Média et philanthropie », récemment créée à Genève, qui rassemble des acteurs pertinents pour le financement des médias, tels que la fondation Mercator, la fondation Lombard Odier et la fondation Wilsdorf. Cette initiative pourrait servir de modèle ou être sollicitée pour des éclairages complémentaires.

Un député (S) demande quels types de médias sont rentables en Suisse.

M. Besençon répond qu'un bon indicateur est d'observer quels médias refusent les aides publiques. Contrairement aux idées reçues, de nombreux médias ne souhaitent pas bénéficier de ces aides. Ce débat est particulièrement marqué **en Suisse romande, où l'on défend davantage l'idée d'un soutien direct aux médias, tandis qu'en Suisse alémanique, on cherche à l'éviter pour préserver l'indépendance éditoriale et la liberté des modèles économiques.** Il cite l'exemple du deuxième plus grand éditeur privé de Suisse, qui refuse ces aides, ce qui signifie que ses titres sont globalement rentables et que son modèle fonctionne sans soutien public. Il explique ensuite que **la rentabilité des médias repose sur des règles simples : moins un média propose de contenu journalistique, plus il est rentable. De plus, plus la zone de diffusion est étendue, plus le média a de chances d'être viable financièrement. En Suisse romande, la situation est plus compliquée en raison de la densité exceptionnelle de l'offre médiatique. Il compare la région à un quartier de Paris, avec une dizaine de quotidiens, plusieurs radios et télévisions, ce qui, bien que gage de qualité et de diversité, rend le financement difficile.** Il illustre son propos en mentionnant la NZZ, qui est rentable grâce à sa large zone de diffusion couvrant Zurich (4,5 millions d'habitants) ainsi qu'un lectorat international. A l'échelle mondiale, de nombreux titres sont très rentables en raison de leur distribution étendue. Il précise également que certains petits journaux locaux restent rentables, y compris en Suisse romande, en raison de leur ancrage spécifique et de leur lectorat fidèle.

Un député (S) pose une question sur l'indépendance éditoriale, soulignant qu'elle semble, selon M. Besençon, liée à une indépendance vis-à-vis du secteur public. Il prend l'exemple de la SSR, qui dépend économiquement du secteur public mais dont la ligne éditoriale lui paraît indépendante. Il explique qu'il a, pour sa part, une vision inverse : il perçoit plutôt une dépendance aux grands groupes économiques, voire à des intérêts politiques. Il cite l'exemple américain, où l'on peut s'interroger sur la qualité de l'information produite par des médias contrôlés par de puissants groupes économiques. Il demande ainsi si l'indépendance des médias doit nécessairement se construire en dehors du secteur public, en tenant compte des réalités du modèle américain.

M. Besençon répond que la Commission fédérale des médias a toujours défendu l'idée que le financement des médias devait être le plus éloigné possible de l'Etat. Toutefois, il reconnaît que l'analyse est pertinente. Il estime que la SSR est bel et bien indépendante et qu'il serait injuste de prétendre le contraire. Cependant, il souligne que cette indépendance est encadrée par des obligations légales qui imposent un traitement équilibré des opinions. Il précise que **la SSR ne bénéficie ni d'une totale liberté entrepreneuriale ni d'une**

totale liberté éditoriale, contrairement à un titre de presse privé. Il prend l'exemple du journal Le Courrier à Genève, qui défend librement ses positions et ses sujets sans contraintes institutionnelles. A l'inverse, la SSR, tout comme Radio Lac ou Léman Bleu, est soumise à des restrictions qui influencent nécessairement son positionnement éditorial.

Un député (S) pose la question de la qualité de l'information. Il reconnaît la pertinence du modèle décrit par M. Besençon, comparant la Suisse romande à un quartier de Paris en termes de densité médiatique. Toutefois, il exprime ses inquiétudes quant à une possible dégradation de la qualité de l'information et à son impact sur le fonctionnement démocratique. Il ne s'agit pas simplement d'une nostalgie d'un journalisme plus approfondi d'il y a vingt ans, mais d'une interrogation sur l'accès des citoyens à une information de qualité concernant les enjeux locaux et cantonaux, en lien avec le système fédéral suisse, qui repose sur une forte décentralisation. Il observe que, progressivement, la fusion de groupes de presse et la centralisation des rédactions, comme celles de la Tribune de Genève et de 24 Heures, entraînent une réduction de la couverture des actualités locales. En tant que politicien, il constate que certains événements et conférences de presse qui étaient couverts il y a quelques années ne le sont plus aujourd'hui, faute de journalistes disponibles. Il s'interroge sur l'effet de cette évolution sur la démocratie et le rôle fondamental des médias dans la transmission d'informations aux citoyens à l'échelle locale.

M. Besençon reconnaît pleinement l'importance de cette question. Il souligne que **la démocratie directe suisse impose une exigence plus forte en matière d'information que dans d'autres pays.** C'est précisément pour cette raison que la Commission fédérale des médias a examiné divers scénarios pour l'avenir. Parmi ceux-ci, deux hypothèses opposées émergent : d'un côté, le maintien du rôle des médias traditionnels dans leur fonction actuelle ; de l'autre, un effondrement total du système médiatique. Entre ces deux extrêmes, des scénarios intermédiaires sont également envisageables. Face à cette incertitude, la Commission fédérale a préconisé de maintenir un soutien aux médias afin de préserver l'offre d'information. Toutefois, **aucune étude ne prouve que la population soit moins bien informée aujourd'hui qu'il y a vingt ans, malgré la diminution du nombre de titres et l'évolution de la qualité de la presse écrite.** Il note que l'accès à l'information s'est diversifié, avec une multiplication des canaux de communication. Il souligne également un changement fondamental : **aujourd'hui, les institutions elles-mêmes, y compris l'Etat, disposent de leurs propres moyens de communication. Contrairement à il y a vingt ans, elles peuvent diffuser leurs communiqués directement, faire des recommandations,**

commenter l'actualité et interagir avec la population sans passer par l'intermédiaire des médias traditionnels. Ainsi, ces derniers ne détiennent plus l'exclusivité du lien avec le public, ce qui modifie profondément leur rôle. Il reconnaît que cette évolution comporte des risques, mais souligne également les opportunités qu'elle peut offrir.

Un député (PLR) souligne la perte d'exclusivité des médias dans leur lien avec le public et la problématique de rentabilité qui ne peut être résolue simplement par l'injection d'argent, sous peine de devenir un puits sans fond. Il souhaite entendre M. Besençon sur le projet de loi en question et les invites de la motion. Il reconnaît un constat partagé par la plupart, mais s'interroge sur l'efficacité des mesures proposées. L'invitation à aider le rachat de titres de presse locaux à fonds perdu dans le but d'assurer leur pérennité ne semble pas garantir cet objectif de manière certaine. La proposition de soutenir et d'aider les rédactions dans le financement des formations des stagiaires dans les métiers liés au journalisme paraît plus recevable. Il évoque enfin la suggestion de mener toutes les démarches pour créer une fondation en faveur de la presse genevoise, ouverte à d'autres contributeurs, afin de soutenir la création et l'exploitation de sites d'information basés à Genève. Il observe que cette idée de fondation rejoint la réflexion sur le lien entre médias et philanthropie. Il souhaite connaître l'avis de M. Besençon sur l'orientation générale de cette motion et sur les chances réelles qu'une telle fondation puisse atteindre ses objectifs si elle devait être mise en place.

M. Besençon répond que **l'objectif principal de la motion est clairement le rachat des titres en difficulté.** Il souligne que racheter ces titres ne coûterait probablement pas des montants astronomiques et que la totalité des 10 millions évoqués ne serait peut-être pas nécessaire. Toutefois, il insiste sur le fait que **le véritable problème réside dans la viabilité de ces titres à long terme**, ce qui est une question bien plus complexe. Il estime que les outils nécessaires pour pérenniser l'information dans le canton de Genève vont bien au-delà du simple rachat à fonds perdu, du subventionnement des frais courants ou de l'aide aux stagiaires. Il rappelle qu'au niveau européen, notamment dans les pays scandinaves, de nombreux outils d'aide aux médias ont été développés et qu'il serait pertinent d'examiner ces modèles pour en tirer des enseignements applicables à Genève. La Norvège, par exemple, est un précurseur en la matière, et il conviendrait d'évaluer si certaines solutions mises en place dans ce pays peuvent être transposées à l'échelle du canton. Il considère que **le projet de loi, dans sa forme actuelle, n'apporte pas la solution adéquate.** Il met en garde contre la nécessité de définir des critères d'éligibilité pour l'octroi des aides. Il estime que de nombreux médias risquent de remplir ces critères, ce qui pourrait créer un problème de fragmentation des ressources. Il rappelle

qu'il existe deux principales approches pour l'aide aux médias. La première consiste à attribuer des mandats de prestation, comme c'est le cas pour la SSR ou certaines radios et télévisions privées concessionnées. La seconde repose sur des critères de soutien définis à l'avance. Dans le cas présent, il s'agirait plutôt d'un système basé sur des critères d'éligibilité, ce qui signifie qu'un grand nombre d'acteurs pourraient y prétendre. Il craint qu'au fil des ans, l'Etat ne soit contraint de financer un nombre toujours plus important de bénéficiaires, entraînant un effet d'arrosoir qui diluerait l'impact des aides et constituerait un risque majeur pour l'efficacité du dispositif.

Le député (PLR) relève que la Norvège, grâce à ses revenus issus des hydrocarbures, dispose du plus haut PIB d'Europe et peut ainsi soutenir généreusement diverses causes, notamment les médias. Il demande à M. Besençon de donner un ou deux exemples concrets des mesures mises en place en Norvège pour assurer la pluralité des médias.

M. Besençon explique qu'un modèle particulièrement en vogue dans les pays nordiques consiste à financer totalement ou partiellement le personnel des rédactions. Cette approche permet de lier directement le soutien à l'effort fourni pour la production d'information, plutôt qu'au simple volume de contenu publié, dont la qualité ou la pertinence ne sont pas nécessairement garanties. Ce système garantit ainsi un investissement dans le journalisme lui-même, indépendamment du résultat final. Il souligne également une limite du mandat de prestation tel qu'il est appliqué en Suisse au niveau de la Confédération, notamment pour les radios et télévisions privées. Ces dernières bénéficient de financements couvrant entre 50 et 80% de leur budget, ce qui les place dans une situation où elles ont un modèle économique très proche de celui de la SSR, bien qu'étant des entreprises privées. Toutefois, cette configuration est très différente de la situation qui prévaut en Suisse romande et ne saurait s'appliquer de manière identique.

Un député (PLR) évoque l'indépendance de la presse et le risque d'une trop grande proximité avec le pouvoir politique. Il s'interroge sur le fait qu'une influence politique semble plus marquée lorsqu'un financement vient d'un niveau cantonal, moins au niveau romand et encore moins au niveau fédéral. Ensuite, sur les jeunes et leur accès à l'information, il constate que les nouvelles générations ont de plus en plus de sources d'information disponibles, notamment via les réseaux sociaux et internet. Il s'interroge sur la manière d'attirer les jeunes vers la presse écrite et se demande si offrir des abonnements gratuits pourrait être une solution efficace pour les habituer à consulter des médias traditionnels. Il souligne que **les journalistes et politiciens évoluent dans un microcosme où ils pensent que l'information intéresse tout le**

monde, alors qu'en réalité elle suscite peu d'intérêt. Il questionne donc la nécessité d'écrire si personne ne lit et demande comment donner envie aux jeunes de s'informer via la presse écrite.

M. Besençon répond que, concernant l'indépendance de la presse, **la Commission fédérale des médias a toujours défendu l'idée que le financement des médias devait être le plus éloigné possible de l'Etat, en particulier des rédactions. Ainsi, un financement fédéral est généralement plus neutre qu'un financement communal ou cantonal.** Il cite l'exemple des Grisons, où un financement public est alloué à la production d'informations en romanche pour préserver cette langue et assurer une couverture médiatique en romanche à l'échelle nationale. Il mentionne également des discussions en cours en Valais pour garantir une information de qualité. Selon lui, plusieurs modèles existent, mais **l'idéal reste un financement indépendant de l'Etat pour garantir une presse libre.** Sur la question de l'accès des jeunes à l'information, il note que certains cantons, notamment Vaud, ont mis en place des budgets pour financer des abonnements gratuits aux médias. Bien que cette initiative soit bien perçue parce qu'elle concerne la jeunesse, il exprime des doutes sur son efficacité. Il souligne qu'**aucune donnée ne permet de savoir si les abonnements gratuits sont réellement utilisés ni si les jeunes se réabonnent une fois la période gratuite terminée.** Il observe que cette mesure a surtout bénéficié aux **groupes de presse qui ont vendu plus d'abonnements, payés par l'Etat plutôt que par les consommateurs.** Il insiste sur un enjeu fondamental : l'éducation aux médias. **Plutôt que d'offrir des abonnements gratuits, il estime qu'il est essentiel d'enseigner aux jeunes à trier et analyser l'information, à distinguer les sources fiables et à adopter un regard critique sur les contenus qu'ils consomment.** Il rappelle que l'éducation aux médias est très développée en Suisse alémanique et qu'elle doit être renforcée en Suisse romande. Il mentionne que les médias privés et publics collaborent avec la conférence des écoles romandes pour intégrer ces notions dans les programmes scolaires. Il souligne que **les réseaux sociaux sont la première source d'information d'un tiers des jeunes en Suisse.** Selon lui, cela n'est pas nécessairement un problème, car ces plateformes diffusent également des contenus provenant de médias traditionnels reconnus. Le véritable enjeu est d'apprendre aux jeunes à distinguer les sources et à comprendre comment traiter l'information en fonction de son émetteur. Les ressources publiques devraient être investies dans l'éducation aux médias plutôt que dans des abonnements gratuits, qui créent en outre une distorsion du marché en ne bénéficiant qu'aux titres payants, alors que l'information est bien plus large et diversifiée.

Une députée (S) demande, en référence au catalogue d'aides aux médias mentionné précédemment, quels seraient les exemples pertinents dont la Suisse pourrait s'inspirer pour soutenir efficacement sa presse.

M. Besençon commence par souligner qu'**il faudrait en premier lieu abandonner l'aide à la distribution postale, qui maintient artificiellement un modèle de diffusion devenu obsolète**. Il estime que cette subvention incite les journaux à continuer d'investir dans un système qu'ils devraient progressivement abandonner. Il propose donc de réaffecter ces fonds, représentant plusieurs dizaines de millions, sous forme d'une aide technologique neutre. Il insiste ensuite sur la nécessité de repenser le système dans son ensemble. Il rappelle que des ressources financières existent en Suisse et qu'il serait possible d'imaginer une redistribution différente de la redevance radio-télévision. Actuellement, environ 6% des fonds issus de cette redevance sont attribués aux services publics régionaux, mais ce pourcentage pourrait être porté à 8% et redistribué de manière plus équilibrée à l'ensemble des médias. L'objectif serait de soutenir la dynamique du marché, qui reste très actif malgré les difficultés rencontrées par certains acteurs traditionnels. Il souligne que **de nombreuses entreprises médiatiques en Suisse sont particulièrement innovantes et ne se contentent pas de se plaindre des pertes financières, mais explorent de nouveaux modèles et formats pour s'adapter au marché**. Il distingue ensuite deux grandes catégories d'aides qui lui semblent essentielles. La première concerne les aides indirectes, qui bénéficient à l'ensemble des médias en réduisant leurs coûts d'exploitation. Il cite **trois exemples de structures mutualisées qui mériteraient d'être soutenues : la formation des journalistes, la recherche dans le domaine des médias et les infrastructures communes utilisées par tous les acteurs du secteur**. Il considère que ces éléments, qu'ils soient financés au niveau fédéral ou cantonal, permettent de stabiliser l'environnement médiatique sans interférer directement dans les contenus. La seconde catégorie est celle des aides directes, qui suscitent un débat puisque certains les refusent au nom de l'indépendance, tandis que d'autres les réclament pour assurer la survie du secteur. Il indique que la Confédération réfléchit actuellement à un modèle d'aide différent, en s'éloignant progressivement des mandats de prestations. Cependant, **le principal défi est d'éviter une politique de dispersion des fonds, qui consisterait à attribuer de petites subventions à une multitude d'acteurs, sans réel impact structurant**. Il aborde également la question d'un éventuel soutien aux postes de journalistes. Bien que cette option soit envisagée, il souligne une difficulté majeure : **l'objectif ne doit pas être de protéger une profession en tant que telle, mais bien d'assurer la mission d'information**. Contrairement à d'autres métiers réglementés, le journalisme

n'est pas une profession protégée avec des contours clairement définis, ce qui rend complexe la mise en place d'un soutien ciblé aux emplois journalistiques. Il conclut en affirmant que **toute réforme du soutien aux médias doit être pensée dans une logique d'efficacité et d'adaptabilité aux transformations du secteur.**

Un député (Ve) reprend une remarque introductive de M. Besençon, selon laquelle il n'est pas nécessaire d'être journaliste pour faire du journalisme. Il reconnaît le caractère provocateur de cette idée, mais estime qu'elle est en partie vraie, car il est possible de produire un travail journalistique de qualité sans être professionnel. Cependant, il souligne que l'inverse est également vrai : du contenu médiocre ou trompeur peut être produit par des non-journalistes. Il s'interroge ensuite sur l'évolution du rôle du journaliste dans la hiérarchisation et la sélection de l'information. Alors qu'il y a quelques décennies, cette tâche incombait aux rédactions, il craint que, dans le contexte actuel, cette responsabilité soit de plus en plus reportée sur les consommateurs eux-mêmes. Il demande si ce déplacement du tri de l'information, qui était historiquement encadré par des professionnels, ne constitue pas un risque majeur, indépendamment des questions économiques. Il se demande également si l'Etat n'a pas un rôle à jouer pour garantir la qualité de l'information, indépendamment des positions éditoriales des différents médias.

M. Besençon confirme que sa remarque initiale était volontairement provocatrice, mais qu'elle repose sur une réalité, notamment avec l'essor de l'intelligence artificielle. Il estime que **l'IA est déjà capable de produire du contenu éditorial de qualité et que cette tendance va s'accroître.** Il insiste sur le fait que **l'enjeu n'est pas de préserver une profession, mais bien une mission, celle d'informer.** Il prévoit ainsi que, **dans l'avenir, il faudra probablement moins de journalistes pour produire le même volume de contenu.** Concernant la sélection de l'information, il rappelle qu'il s'agit d'un processus éditorial essentiel, quel que soit le format du média. Aujourd'hui, ce rôle est largement assuré par les grandes plateformes internationales, qui ne se considèrent pas comme des médias, notamment aux Etats-Unis, afin d'éviter d'être tenues pour responsables du contenu diffusé. Pourtant, leur fonction est bien celle d'un média, puisqu'elles sélectionnent et mettent en avant certains contenus plutôt que d'autres. Cette sélection est une prise de position implicite, influençant directement l'information à laquelle les consommateurs accèdent. Il avoue ne pas savoir quel rôle l'Etat pourrait jouer dans ce domaine, mais estime que l'enjeu principal est d'assurer une diversité de plateformes capables de proposer des sélections différentes, garantissant ainsi une pluralité d'informations.

Le député (Ve) revient sur un point soulevé dans la motion : la formation des journalistes et des stagiaires. Il relève que, lors d'autres auditions, des inquiétudes ont émergé sur l'état du paysage journalistique en Suisse romande. De nombreux journalistes expérimentés quittent la presse pour rejoindre la communication, notamment dans le secteur public, et les médias en difficulté économique peinent à former de nouveaux talents. Il craint qu'à long terme, si les médias ne peuvent plus financer la formation des nouvelles générations et que les plus expérimentés partent, il ne reste plus assez de journalistes pour assurer une couverture médiatique de qualité, avec toutes les conséquences que cela pourrait avoir sur la démocratie et l'information.

M. Besençon reconnaît cette problématique et insiste sur l'importance de renforcer non seulement l'éducation aux médias, mais aussi la formation journalistique. Il rappelle que la Suisse romande dispose d'un centre de formation des journalistes et d'une université des médias à Neuchâtel, qui sont des structures précieuses pour l'avenir du secteur. Il admet que **le passage de journalistes vers la communication, bien que naturel, s'est accentué ces dernières années, en raison notamment des écarts de rémunération entre la presse et les secteurs public et privé, qui offrent de meilleures perspectives salariales.**

Le député (Ve) lui demande s'il partage l'idée que l'Etat pourrait investir davantage dans la formation et la certification des journalistes, ou encore soutenir financièrement les médias qui forment des stagiaires.

M. Besençon acquiesce et considère que, **si un domaine doit être renforcé en priorité, c'est bien celui de la formation des journalistes, au même titre que l'éducation aux médias.**

Un député (S) revient sur la problématique des réseaux sociaux et leur rôle grandissant dans l'accès à l'information, en particulier chez les jeunes. Il admet qu'il serait inutile de lutter contre cette réalité, car elle est inévitable. Toutefois, il exprime des doutes quant à l'idée que la solution principale réside uniquement dans la formation des citoyens pour leur apprendre à décrypter l'information. Il s'interroge sur le fait que, contrairement à autrefois où l'information était discutée dans les cafés après la lecture d'un journal imprimé garantissant une certaine véracité, les réseaux sociaux favorisent une diffusion incontrôlée de contenus dont la qualité est très variable. Il souligne qu'avec les algorithmes, l'utilisateur est exposé en boucle à des contenus liés à ses recherches, qu'il s'agisse de politique ou de sujets anodins comme la recette de la tarte aux pommes, ce qui ne garantit pas l'accès à des informations exactes. Il exprime ainsi une inquiétude plus large : la formation aux médias suppose un certain niveau d'éducation et il doute que tous les citoyens puissent acquérir cette capacité à filtrer les informations de manière autonome. Il insiste

sur la nécessité de préserver des médias de qualité, faute de quoi il ne restera plus aucun garde-fou pour garantir la véracité des informations diffusées au grand public. Il met en garde contre un risque majeur : la multiplication incontrôlée des fake news, prenant l'exemple des Etats-Unis où certaines fausses informations, simplement répétées massivement, finissent par être perçues comme vraies, faute de contre-pouvoir médiatique structuré. Selon lui, si le journalisme disparaît, c'est l'un des piliers du contre-pouvoir démocratique qui disparaît avec lui.

M. Besençon reconnaît l'existence de ces risques mais relativise en affirmant que, **selon les études disponibles, la qualité de l'information actuelle n'est ni meilleure ni pire qu'auparavant.**

Le député (S) lui demande s'il n'existe pas d'études prouvant une augmentation du nombre de fausses informations depuis l'avènement des réseaux sociaux.

M. Besençon répond qu'il est certain que les fake news existent en grande quantité, mais qu'il n'a pas connaissance d'études permettant une comparaison précise entre aujourd'hui et le passé. Il souligne que la problématique est universelle et que la définition même d'une fake news est complexe : il peut s'agir d'une information inexacte présentée comme vraie, d'un fait totalement erroné ou encore d'un contenu de journalisme d'investigation qui se révèle exact après plusieurs années. Il insiste sur le fait que l'avenir de **l'information passera par le développement des marques médiatiques.** Selon lui, **la clé réside dans la confiance que les consommateurs accordent aux sources d'information.** Les médias reconnus, comme la BBC, la RTS ou la Tribune de Genève, conservent une crédibilité grâce à leur professionnalisme et au respect des principes journalistiques établis depuis des décennies. Il souligne que **l'éducation aux médias doit porter sur cette notion de confiance : apprendre aux citoyens à repérer et à privilégier les sources qui respectent des standards journalistiques rigoureux.** Il rappelle qu'il est illusoire d'interdire ou de concurrencer directement les grandes plateformes de diffusion numérique. Il faudra donc s'adapter et apprendre à naviguer dans ce nouvel écosystème, où les marques médiatiques fiables continueront de jouer un rôle essentiel.

Une députée (PLR) lui demande quelle est sa vision pour l'avenir du paysage médiatique en Suisse.

M. Besençon souligne **un enjeu fondamental : l'amélioration des conditions-cadres pour les médias, car leur principal problème est leur manque de rentabilité.** Contrairement aux grands médias internationaux qui ont trouvé des solutions à cette problématique, **les médias suisses, en raison**

de la taille réduite du marché national, rencontrent des difficultés supplémentaires. Il souligne un problème central : l'utilisation des contenus éditoriaux par les grandes plateformes numériques sans rémunération équitable pour les producteurs de ces contenus. Ce problème est lié à la question des droits voisins, qui permettent aux médias de percevoir une rémunération lorsque leurs articles sont repris par des moteurs de recherche ou des agrégateurs d'actualités. Il explique que la France et l'Allemagne ont déjà commencé à mettre en place des réglementations à ce sujet, tandis que la Suisse est en retard sur cette question. Il estime que, si ces mécanismes de rémunération étaient correctement mis en place, ils pourraient contribuer significativement au refinancement des médias. Concernant l'avenir du paysage médiatique suisse, il met en garde contre le risque de démanteler un système qui fonctionne. Il insiste sur le fait que **la Suisse dispose d'un service public audiovisuel de très grande qualité, reconnu à l'échelle internationale.** Il considère qu'il est **primordial de préserver ce pilier du système médiatique, car dans le pire des cas, si le reste du paysage médiatique venait à s'effondrer, il resterait au moins ce socle pour assurer une information fiable et accessible.** Il affirme que **le paysage médiatique suisse va inévitablement évoluer vers une forte concentration des médias.** Selon lui, **cette évolution n'est pas forcément négative, car il existe actuellement un trop grand nombre de titres dispersés sur le territoire.** Que cela prenne la forme de fusions, de rapprochements ou de rédactions communes, il considère que ce mouvement est inévitable et nécessaire, car il reflète l'évolution de la société. Il note que, bien que certaines personnes vivent encore exclusivement dans leur canton, de plus en plus de citoyens ont des interactions au-delà des frontières cantonales. Cela implique une approche plus globale de l'information. Il conclut en affirmant que, **si le nombre de titres va inévitablement diminuer, cela ne signifie pas nécessairement une baisse de la qualité de l'information. Il faudra cependant s'interroger sur le rôle futur des radios et des télévisions régionales, qui auront à jouer un rôle clé dans l'écosystème médiatique de demain.**

Audition de M. Alexandre de Raemy, administrateur délégué de Media One Group (One FM, Radio Lac et Carac)

M. de Raemy introduit son groupe, Media One Group, dont il est actionnaire majoritaire et directeur. Il rappelle que ce groupe de médias comprend les radios vaudoises LFM et Rouge, basées à Lausanne, ainsi que les chaînes de télévision Carac, lancées en septembre 2023 et dont le siège est à Genève. Il mentionne également la régie publicitaire du groupe et les radios genevoises Radio One FM et Radio Lac. Il souligne que Radio One FM fêtera

ses 40 ans l'année prochaine. Il précise que **le financement des radios repose exclusivement sur l'activité commerciale, notamment la publicité, et non sur la quote-part de redevances**. Media One Group emploie plusieurs centaines de collaborateurs, dont 60 sont basés à Genève. Parmi eux, 22 sont dédiés à la création de contenus, incluant l'information, les interviews culturelles et le divertissement, à la fois sur les antennes et les réseaux sociaux. En outre, une vingtaine de pigistes collaborent régulièrement avec le groupe. Concernant Radio Lac, il souligne qu'une petite équipe produit quotidiennement 20 rendez-vous d'information et propose une interview politique chaque matin à 7h30, ainsi qu'une vingtaine d'entretiens hebdomadaires avec des personnalités du monde sportif, culturel et économique. Le groupe dispose également d'un bureau à Berne avec deux correspondants salariés couvrant l'actualité fédérale et réalisant des interviews de parlementaires, en particulier genevois. Il rappelle que Radio Lac couvre l'ensemble des élections et sera présent physiquement lors des élections communales.

Il partage ensuite quelques chiffres relatifs à l'audience des radios du groupe, qui comptent plus de 820 000 auditeurs par semaine, selon l'Institut Media Plus. Il souligne qu'à Genève, une personne sur deux écoute ces radios au moins une fois par semaine. Il attire l'attention sur la situation préoccupante du marché publicitaire. **En 2018, l'activité publicitaire dédiée à la presse, à la radio et à la télévision représentait environ 1,9 milliard de francs. En 2023, ce chiffre est tombé à 1,44 milliard, soit une baisse de près de 25%, au profit de Google et Facebook, dont le chiffre d'affaires en Suisse est estimé à environ 2 milliards de francs en 2023.** Il insiste sur le fait que **le problème ne vient pas de l'audience, qui reste élevée, mais bien des recettes publicitaires en chute libre**. Il explique que, selon lui, le projet de loi semble conçu principalement pour la presse écrite, au détriment des radios, qui nécessitent pourtant un soutien urgent. Il cite l'exemple du canton de Vaud, qui a octroyé une aide aux médias de 6,2 millions de francs sur cinq ans, incluant des achats d'espaces publicitaires, mais exclusivement en faveur de la presse écrite. Cette exclusion des radios était fondée sur l'hypothèse erronée qu'elles bénéficiaient déjà du quota de redevance, faute d'un travail de sensibilisation préalable. Il insiste donc sur l'importance d'inclure les radios, en particulier Radio Lac, dans tout futur dispositif d'aide aux médias. Il évoque les perspectives pour 2024, indiquant que les tendances actuelles laissent présager une nouvelle baisse des revenus par rapport à 2023. Sur le dernier trimestre 2023, son groupe a enregistré une perte d'un million de francs par rapport à l'année précédente. La situation est qualifiée de catastrophique, avec un début d'année 2024 annonçant une baisse de 20 à 30% des revenus. Il

observe que la presse écrite est également touchée et il cite le cas de Tamedia, dont les plans de restructuration pour 2023-2024 n'avaient pas anticipé une telle diminution des recettes. Il prédit de nouvelles restructurations dans le secteur et révèle que son propre groupe s'apprête à supprimer 10% de ses effectifs dans les prochaines semaines. Cette décision, bien que difficile, s'impose comme une nécessité face à la conjoncture actuelle. Il conclut en appelant les membres de la commission à ne pas oublier les radios dans les discussions sur les aides aux médias, regrettant que ces dernières soient trop souvent laissées de côté au profit de la presse écrite.

Un député (Ve) demande de clarifier la capacité des médias audiovisuels à recevoir une quote-part de la redevance audiovisuelle, contrairement aux médias print. Il se demande si, à Genève, des médias autres que Léman Bleu bénéficient de cette aide.

M. de Raemy précise qu'historiquement, seuls deux médias à Genève ont bénéficié d'une quote-part de redevance : la télévision Léman Bleu, qui en bénéficie toujours, et une radio de type « complémentaire » à vocation associative, anciennement Radio Cité et désormais Radio Vostock. Lors du rachat de Radio Lac en 2017, Media One Group a entrepris de nombreuses démarches auprès de l'OFCOM afin qu'une radio à Genève puisse bénéficier de cette redevance, comme c'est le cas en Valais, à Fribourg et pour le Chablais. Un projet de redéploiement des concessions a été mis en consultation en 2021, prévoyant l'attribution d'une quote-part de redevance à une radio par zone géographique, en contrepartie d'un mandat de prestations. Le groupe soutenait ce projet, mais celui-ci a été abandonné après la consultation. Depuis 2025, il ne subsiste plus que trois catégories de radios : celles bénéficiant d'une quote-part de redevance avec un mandat de prestations, les radios dites « annoncées » comme Radio Lac et One FM, qui ne sont soumises à aucune obligation, et enfin les radios complémentaires à caractère associatif, comme Radio Vostock. Il souligne que ni Radio Lac ni One FM n'ont jamais bénéficié de cette aide et qu'aucune contrainte réglementaire ne les empêche de modifier leur contenu ou leur localisation, illustrant la précarité du modèle.

Un député (Ve) s'interroge sur les raisons de cette exclusion et demande si elle découle d'une estimation selon laquelle ces radios disposaient de recettes publicitaires suffisantes ou si leur mandat était jugé insuffisant.

M. de Raemy répond que le mandat de prestations a toujours été respecté et que Radio Lac a systématiquement obtenu de très bons résultats lors des enquêtes de l'OFCOM. Il rappelle que l'exigence minimale était de fournir 30 minutes d'information régionale par jour, alors que Radio Lac en produisait plus de 101 heures hebdomadaires. L'exclusion de la redevance repose sur un raisonnement historique selon lequel certaines radios, notamment en zones de

montagne, avaient un bassin de population et un marché publicitaire trop restreints pour assurer leur viabilité sans soutien public. Or, il estime que cette justification n'est plus valable aujourd'hui, certaines radios bénéficiant de la redevance étant en meilleure santé financière que Radio Lac. Il cite l'exemple de Rhône FM, en Valais, dont il estime le chiffre d'affaires à 4,7 millions de francs, contre seulement 1,6 million pour Radio Lac.

Le député (Ve) résume la situation en indiquant que l'OFCOM a estimé que Radio Lac et les autres radios genevoises n'avaient pas besoin d'une quote-part de redevance, contrairement aux stations valaisannes.

M. de Raemy confirme cette analyse tout en précisant qu'il ne remet pas en cause la nécessité de soutenir les radios valaisannes, fribourgeoises et d'autres régions. Cependant, il souligne que **le contexte économique actuel rend difficile, voire impossible, le maintien d'une information locale de qualité avec un nombre suffisant de journalistes**. Il explique que, **si l'information continue d'exister, elle sera produite par un personnel réduit et mutualisé, ce qui signifie qu'un même journaliste devra réaliser des flashes d'information pour plusieurs radios**. Cette évolution entraînera une perte de diversité éditoriale au sein même du groupe, alors que, jusqu'à présent, chaque tranche bénéficiait de son propre journaliste, garantissant une plus grande pluralité des contenus.

Le député (Ve) note que l'OFCOM semble avoir considéré que Radio Lac disposait d'un plus grand potentiel de recettes publicitaires sur le marché genevois que les radios situées dans les Alpes valaisannes.

M. de Raemy acquiesce et revient sur la consultation qui avait été menée sur la réforme des concessions. Il explique qu'un consensus existait en Suisse romande pour soutenir cette réforme, mais que le projet a été rejeté en majorité par la Suisse alémanique. Il précise que bénéficier d'une concession avec quote-part de redevance implique des obligations, notamment en termes de production d'informations et d'interdiction de verser des dividendes. Or, les marchés suisses alémaniques étant en meilleure santé que ceux de la Suisse romande, il n'était pas dans leur intérêt d'accepter une telle transformation ou d'ouvrir la porte à de nouveaux concurrents bénéficiant de cette aide. C'est donc pour ces raisons que le projet a été abandonné, ce que les radios romandes, dont Radio Lac, regrettent profondément.

Un député (LJS) évoque son expérience passée en tant que chroniqueur bénévole sur Radio Lac. Il rappelle que la radio traversait déjà une période difficile entre 2018 et 2019 et demande comment il est parvenu à redresser la situation à l'époque et quelles sont les raisons de la baisse actuelle de 20 à 30% des recettes publicitaires.

M. de Raemy explique qu'en 2017, lors du rachat d'une radio, un projet ambitieux a été mis en place, transformant Radio Lac en une radio axée principalement sur le talk, avec très peu de musique. Cependant, ce repositionnement radical n'a pas rencontré le succès escompté en termes d'audience, ce qui a empêché l'effet publicitaire attendu. Il précise que les difficultés de l'époque étaient liées à des choix stratégiques internes plutôt qu'au contexte publicitaire global et qu'il a donc été nécessaire d'ajuster la stratégie. Concernant la baisse actuelle des revenus, il attribue celle-ci à une succession d'événements externes. Il cite la pandémie de covid-19, qui a eu un impact majeur sur le marché publicitaire, suivie de la guerre en Ukraine, qui a perturbé les chaînes d'approvisionnement, notamment dans le secteur automobile. Ce secteur, étant un important annonceur pour les médias, a réduit ses investissements publicitaires en raison de ces difficultés. Par ailleurs, la hausse des prix de l'énergie a conduit de nombreuses entreprises à réduire leurs budgets marketing, un poste souvent considéré comme une variable d'ajustement en période d'incertitude économique. Il souligne le transfert progressif des budgets publicitaires vers les plateformes numériques, principalement Google et Facebook, au détriment des médias traditionnels.

Le député (LJS) demande alors si, dans ce contexte, une reprise est encore envisageable.

M. de Raemy répond qu'au départ, le groupe tablait sur une reprise progressive, avec une trajectoire ascendante depuis 2020. L'objectif initial était de retrouver, en 2024, les niveaux de revenus de 2019 pour la radio, mais cela ne s'est pas concrétisé. Pour 2025, le groupe est désormais plus réaliste et n'anticipe plus un retour à ce niveau. Il fournit ensuite quelques chiffres pour illustrer la situation. En 2019, le groupe, sans la télévision, réalisait un chiffre d'affaires d'environ 19 millions de francs. En 2024, ce chiffre est descendu à 16,5 millions, malgré l'ajout de la télévision, qui a généré environ 1,7 million de revenus. Il insiste sur la baisse du chiffre d'affaires de la radio en elle-même. Il explique que l'équilibre financier du groupe en 2024 a été atteint grâce à une réduction des coûts opérée progressivement depuis la crise du covid-19. Il mentionne également le rachat de la société Rouge en 2023, qui a permis une mutualisation des coûts et contribué à stabiliser la situation financière.

Un député (UDC) revient sur la concurrence des plateformes numériques et la possibilité d'obtenir des compensations financières de leur part. Il mentionne que certains médias en France négocient avec Google et demande si des discussions similaires ont lieu en Suisse. Il soulève également la question de l'indépendance des médias privés en cas de mise en place d'un fonds d'aide publique, évoquant le risque d'une forme d'« étatisation » qui pourrait restreindre leur liberté d'action en imposant certaines conditionnalités.

M. de Raemy répond qu'il n'existe, à son niveau, aucun contact direct avec les grandes plateformes numériques. Il reconnaît que toute manne financière supplémentaire serait évidemment la bienvenue, mais il estime que, pour une entreprise de la taille de la sienne, les éventuels revenus issus de telles négociations resteraient marginaux. Il confirme néanmoins que des discussions existent en Suisse, bien qu'il ne puisse en préciser les avancées. Concernant la question d'une éventuelle dépendance aux aides publiques, il précise que son groupe fonctionne jusqu'à présent sans aucune subvention. Il explique que, depuis le rachat de Radio Lac, l'entreprise a accumulé des pertes dépassant les 10 millions de francs, avec un déficit annuel supérieur à un million de francs. Ces pertes ont été compensées grâce aux bénéfices générés par d'autres médias du groupe, permettant ainsi de maintenir l'activité et l'emploi, dans l'espoir initial d'obtenir une quote-part de redevance ou, à défaut, d'atteindre progressivement l'équilibre grâce à la croissance de l'audience et une amélioration du marché publicitaire. Il admet cependant que la situation actuelle montre que cet équilibre reste hors de portée. Il se dit donc prêt à envisager certaines concessions en échange d'un soutien financier, notamment l'interdiction de verser des dividendes, une exigence souvent associée aux aides publiques. Il précise que cette condition ne poserait aucun problème, étant donné que son groupe ne distribue de toute façon pas de dividendes. Il insiste néanmoins sur l'importance d'une séparation claire entre l'aide financière et la ligne éditoriale, soulignant que, bien qu'il soit propriétaire des radios, il n'intervient jamais dans leur contenu éditorial.

Un député (Ve) résume donc qu'il semble impossible en 2025 de maintenir un média rentable à vocation d'information régionale à Genève sans un soutien, qu'il soit public ou privé, et quel que soit le support de diffusion.

M. de Raemy ne peut parler au nom de ses confrères, mais en ce qui concerne son groupe, cette analyse est exacte. Il précise que la principale difficulté réside dans le coût élevé de l'information, qui représente le plus gros poste d'investissement. Il souligne qu'il existera toujours une forme d'information, mais que la question est celle de la qualité. **Produire une information locale rigoureuse et pertinente nécessite des journalistes expérimentés, compétents et curieux, possédant un carnet d'adresses et une connaissance approfondie des dossiers. Or, cela devient de plus en plus difficile à garantir dans le contexte économique actuel.**

Le député (Ve) revient sur un point soulevé précédemment, selon lequel le projet de loi semble davantage axé sur la presse écrite, ce qui pourrait potentiellement exclure des médias comme les siens. Il lui demande s'il identifie des aspects spécifiques du texte qui mériteraient d'être précisés ou amendés pour mieux inclure les médias audiovisuels.

M. de Raemy répond que son sentiment général est que le projet de loi est, dans son ensemble, conçu principalement pour la presse écrite. Il prend comme exemple l'article 5, qui définit les conditions d'éligibilité à la subvention, et mentionne en particulier le point f, qui stipule que « le contenu éditorial représente au moins 75% de l'ensemble du contenu diffusé ». Il explique que, dans le cas des radios comme Radio Lac, qui diffusent 24 heures sur 24 avec une part significative de musique, cette exigence factuelle ne peut être remplie, bien que la production d'information soit un élément central de leur mission.

Une députée (PLR) soulève une question de fond sur le rôle de l'Etat dans le financement des médias et s'interroge sur la viabilité d'une fondation qui nécessiterait un refinancement régulier pour continuer à subventionner les médias. Elle cite l'exemple d'Aventinus, qui a été une tentative similaire et qui aujourd'hui ne fait que perdre de l'argent. Elle aborde également la question de la pertinence d'un modèle médiatique basé sur une couverture de microrégions et demande à M. de Raemy s'il envisage d'élargir son périmètre d'activité au-delà de Genève en développant des synergies pour atteindre un bassin de population plus large et assurer une meilleure rentabilité.

M. de Raemy ne souhaite pas prendre position sur la pertinence du modèle de fondation, mais il constate simplement qu'aujourd'hui, produire une information locale de qualité sans soutien extérieur est extrêmement difficile. Son principal objectif est donc de s'assurer que, si un dispositif d'aide est mis en place, Radio Lac y soit éligible. Il souligne également que plusieurs cantons réfléchissent actuellement à des aides aux médias, ce qui peut créer une concurrence entre eux. Il prend l'exemple du canton de Vaud, qui a mis en place une aide de 6,2 millions de francs à la presse et discute actuellement de sa reconduction. Son groupe entreprendra les mêmes démarches pour tenter d'en bénéficier. Il attire également l'attention sur les défis spécifiques auxquels les médias genevois sont confrontés. Il évoque des discussions, notamment pendant la pandémie de covid-19, sur d'éventuelles reprises de son groupe. Il indique qu'un accord avait été trouvé, et que le statu quo a finalement été maintenu. Cependant, il souligne que, dans toutes ces discussions, les repreneurs envisageaient systématiquement de regrouper toutes les activités à Lausanne, et non à Genève, ce qui reflète une dynamique où le canton de Vaud semble bénéficier d'un environnement plus favorable aux médias que Genève. Concernant la question d'un élargissement à un niveau suprarégional, il affirme qu'il y a des différences culturelles entre ces régions rendant cette approche peu efficace. Il insiste sur l'importance du lien de proximité entre un média et son audience et considère qu'il est essentiel que les radios restent ancrées dans leur territoire. Selon lui, vouloir conquérir des parts d'audience

et de marché en Valais, à Fribourg ou dans le Jura serait non seulement difficile, mais aussi contre-productif.

La députée (PLR) demande ensuite quelles sont ses perspectives concrètes en termes de réinvention du modèle économique, puisque, selon lui, l'aide envisagée ne serait qu'un soutien temporaire permettant de traverser cette période difficile.

M. de Raemy répond que son groupe a un projet de valorisation de ses contenus sur le digital, mais que le retard pris dans ce domaine est principalement dû à un manque de capacité d'investissement. Il explique que Radio Lac produit déjà un volume important de contenu journalistique de qualité, mais qu'il n'existe actuellement pas de plateforme digitale optimisée pour exploiter et monétiser ces contenus de manière efficace. L'objectif serait donc de créer une véritable plateforme numérique où ces contenus seraient adaptés aux formats digitaux et mis en valeur. Cependant, il insiste sur le fait qu'aujourd'hui, son groupe ne dispose pas des ressources nécessaires pour réaliser cet investissement stratégique. Actuellement, le chiffre d'affaires issu du digital s'élève à seulement 300 000 francs, un montant qu'il juge très insuffisant par rapport au potentiel du marché. Il est convaincu que le développement de cette activité repose sur la production d'une information de qualité, mais le manque de moyens l'empêche d'amorcer ce basculement. Il explique que, si la situation économique était plus favorable, le groupe aurait maintenu l'ensemble de sa rédaction tout en investissant massivement dans une transformation numérique. Il aurait pu réorganiser ses activités et valoriser son contenu en ligne pour élargir son audience et diversifier ses sources de revenus. Mais dans le contexte actuel, il est impossible de prendre un tel risque financier sans une aide extérieure.

Un député (MCG) revient sur la question d'un éventuel départ de la station vers Lausanne. Il demande quelles seraient les conséquences d'un tel déménagement et s'il serait possible de maintenir une présence à Genève sous forme de studio ou d'émissions locales. Il souligne également que le départ de l'entreprise entraînerait une perte fiscale pour Genève. Il interroge ensuite M. de Raemy sur ses partenariats avec des organismes publics tels que les SIG, et cherche à savoir si ces collaborations pourraient être développées davantage, dans une logique de partenariat gagnant-gagnant entre les médias et les institutions locales.

M. de Raemy répond en précisant que son groupe possède actuellement six sociétés, dont quatre sont basées à Genève et deux à Lausanne. Il insiste sur le fait qu'un déménagement à Lausanne n'est absolument pas prévu. Si cela devait arriver, le siège se trouverait alors à Lausanne avec une simple succursale à Genève, qui conserverait un studio permettant de recevoir

quelques invités le matin, mais, fiscalement, l'impact pour Genève serait significatif. Toutefois, il répète que ce scénario n'est ni souhaité ni planifié. Son objectif est simplement de sensibiliser à la réalité du marché : en cas de vente de la société, un nouvel actionnaire serait libre de déplacer son siège où il le souhaite. Il rappelle qu'il n'existe plus de garde-fous réglementaires imposant à une radio d'assurer une mission d'information locale, contrairement à ce qui était exigé autrefois par l'OFCOM. Concernant la question des partenariats avec les organismes publics, il confirme que des collaborations existent déjà avec des entités comme les SIG, les TPG et les HUG. Ces partenariats sont établis de manière régulière et pourraient être renforcés. Il considère que l'achat de prestations par ces institutions constitue un modèle simple et efficace à mettre en place, représentant une solution immédiate pour soutenir les médias locaux.

Le député (MCG) demande alors si cette approche pourrait accompagner le projet de loi ou représenter une alternative à celui-ci.

M. de Raemy cite l'exemple du canton de Vaud, où, dans le cadre de l'aide de 6,2 millions de francs accordée aux médias, une partie du budget est spécifiquement allouée à l'achat d'espaces publicitaires pour ce type de prestation. Il regrette cependant que cette mesure soit exclusivement réservée à la presse écrite et non aux radios, et souligne l'intérêt de considérer une approche plus inclusive dans les discussions actuelles.

Un député (PLR) exprime sa surprise face au chiffre annoncé concernant les revenus digitaux de Radio Lac, qui s'élèvent à 300 000 francs, et qu'il a qualifié de « ridicule ». Il fait remarquer que, selon le projet de loi en discussion, l'aide maximale qu'une radio pourrait recevoir représenterait 20% de ses charges. Or, puisque Radio Lac ne génère pas de bénéfices, cette aide correspondrait à environ 300 000 francs, ce qui le conduit à demander si M. de Raemy considère cette somme comme une aide insuffisante.

M. de Raemy clarifie ses propos en précisant que les charges de Radio Lac s'élèvent à environ 2,5 à 3 millions de francs par an, tandis que son chiffre d'affaires est de 1,6 million. Il souligne que les 300 000 francs évoqués concernent uniquement les revenus issus du digital, qui restent très faibles en comparaison de la radio traditionnelle. Son propos visait à illustrer le fait que, dans le modèle actuel, l'information produite est principalement conçue pour être diffusée à l'antenne, car c'est là que réside le modèle économique actuel. A l'avenir, il estime que la valorisation du travail journalistique devra passer par une meilleure exploitation du digital, non pas en réduisant la production sur l'antenne, mais en optimisant la diffusion numérique des contenus existants. Cela nécessiterait cependant des investissements pour développer

l'audience digitale et, à terme, générer des revenus plus significatifs dans ce domaine.

Le député (PLR) l'interroge ensuite sur la part des charges salariales et des charges sociales dans le budget total du groupe. Il explique que le débat sur l'aide aux médias ne concerne pas uniquement la préservation des postes de journalistes, mais plus largement le journalisme lui-même. Il s'interroge sur l'opportunité de financer directement la production de contenu ou de favoriser la mutualisation des ressources, citant l'exemple d'un journaliste travaillant pour plusieurs cantons. Pour lui, il n'y a pas de problème à ce qu'un journaliste couvre plusieurs régions, à condition que son travail soit de qualité. Toutefois, si l'on insiste sur un modèle strictement local, cela impliquera nécessairement un financement plus conséquent.

M. de Raemy répond qu'au sein de son groupe, la masse salariale représente environ 60% des charges totales. Il précise également que deux autres charges sont particulièrement lourdes. La première concerne les coûts de diffusion, qui ont considérablement augmenté ces dernières années. Jusqu'à récemment, un soutien étatique permettait de couvrir une partie des frais liés à la double diffusion, mais cette aide a progressivement disparu. En conséquence, ces coûts sont passés de 600 000 francs en 2019 à 1,4 million aujourd'hui. La seconde charge majeure de dépenses concerne les droits d'auteur sur la musique diffusée, qui s'élèvent à environ un million de francs par an.

Le député (PLR) demande si le groupe connaît un fort taux de rotation du personnel.

M. de Raemy indique que ce n'est pas le cas. Il cite l'exemple du directeur de One FM, qui occupe son poste depuis 2006, et souligne que de nombreux collaborateurs sont en poste depuis 10 à 15 ans.

Un député (S) demande s'il partage l'idée que les médias ne possèdent plus aujourd'hui le monopole de l'information.

M. de Raemy répond par l'affirmative.

Le député (S) évoque un point qui a émergé lors des différentes auditions menées par la commission, à savoir que le journalisme reste un métier relativement conservateur dans sa manière de traiter l'information. Il demande s'il partage cette observation.

M. de Raemy estime que cette question est avant tout liée aux individus. Il concède cependant qu'il existe une certaine rigidité dans le milieu journalistique. Il cite l'exemple des journalistes issus du CFJM de Lausanne, estimant qu'ils sont parfois formatés dans une approche qui ne favorise pas l'adaptation aux évolutions du métier. Il regrette que la réflexion ne soit pas

toujours tournée vers les attentes du public et que l'information soit souvent produite selon la perception des journalistes, plutôt qu'en fonction des formats et des modes de consommation actuels.

Le député (S) mentionne un autre point soulevé lors des auditions : la transposition quasi identique des contenus de la presse écrite sur les supports numériques, sans véritable adaptation aux spécificités du digital. Il souligne que certains médias reproduisent en ligne le même modèle que sur le papier, sans exploiter pleinement les potentialités du numérique.

M. de Raemy confirme cette observation en partageant son expérience au sein de son groupe. Il explique que l'un des problèmes majeurs réside dans le fait que les contenus produits pour l'antenne ne sont pas toujours adaptés lorsqu'ils sont diffusés sur les supports numériques. Il prend l'exemple du site de Radio Lac, où les articles suivent souvent une structure répétitive, alternant texte et extraits sonores sans réelle valeur ajoutée pour le digital. Il admet ne pas comprendre pourquoi cette approche persiste et reconnaît que son groupe doit améliorer l'adaptation de ses contenus aux spécificités du numérique. Il rejoint donc l'analyse du président sur le manque d'appropriation des outils digitaux par certains médias.

Un député (Ve) interroge M. de Raemy sur l'évolution des canaux de diffusion et lui demande s'il envisage un développement accru sur des plateformes comme YouTube, qui pourraient également générer des revenus publicitaires. Il s'interroge sur la viabilité de ce modèle.

M. de Raemy rappelle que son groupe diffuse ses contenus sur plusieurs canaux, notamment en FM, en DAB+ et via le streaming. Il souligne que la diffusion FM reste un enjeu majeur pour les radios privées. Il rappelle que son groupe a joué un rôle clé dans le report du passage exclusif au DAB+, initialement prévu il y a plus de deux ans, en mobilisant les radios romandes pour maintenir la diffusion FM. Il met en avant un problème croissant lié à la multiplication des offres de radios numériques. **Alors qu'auparavant, environ 20 stations étaient accessibles en FM, les récepteurs numériques proposent aujourd'hui jusqu'à 140 stations, ce qui pose un défi en termes de visibilité et d'accessibilité.** Certains autoradios, par exemple, ne chargent que les 50 à 100 premières stations, ce qui peut pénaliser certaines radios. Il insiste donc sur le fait que la distribution des contenus est un enjeu stratégique majeur pour son groupe. En ce qui concerne l'avenir, il confirme que la diffusion doit être multicanale : à la radio, mais aussi à la télévision, sur les applications mobiles adaptées aux systèmes iOS et Android, et sur d'autres plateformes numériques. Son groupe s'efforce d'être présent sur tous les canaux possibles et compte se battre pour prolonger la diffusion en FM au-delà de 2026. S'agissant de YouTube, il reconnaît que la plateforme permet de

monétiser du contenu par le biais de la publicité, mais il souligne que ce modèle repose sur des revenus faibles nécessitant un volume très important de vues. Il ajoute que l'utilisation de YouTube implique de céder une part du contrôle de l'inventaire publicitaire à un acteur extérieur, ce qui va à l'encontre de la politique du groupe, qui souhaite maîtriser les annonceurs et garantir la cohérence entre ses marques et ses partenaires commerciaux. Son groupe ne privilégie donc pas YouTube pour la diffusion et la monétisation de ses contenus, soulignant qu'aucun exemple convaincant n'a encore émergé en Suisse dans ce domaine.

Un député (MCG) revient sur l'impact de l'intelligence artificielle sur le monde des médias et sur la structure économique de son groupe. Il souligne que cette technologie représente un nouveau défi majeur et souhaite savoir comment elle est anticipée au sein de son entreprise.

M. de Raemy répond en expliquant que l'IA constitue un défi pour l'ensemble du secteur, mais aussi pour le consommateur, qui devra faire face à une difficulté croissante pour distinguer le vrai du faux, notamment avec la prolifération des fake news. Il considère cette problématique comme un enjeu majeur pour l'avenir de l'information. En ce qui concerne son groupe, il révèle qu'il y a un an, une réflexion a été menée sur la possibilité de tester une radio entièrement générée par l'intelligence artificielle. Il précise que cette idée a été envisagée par de nombreuses radios à travers le monde, mais que finalement, toutes sont revenues sur cette approche, les promesses initiales n'ayant pas été tenues. Il estime que cela est une bonne chose, soulignant que l'IA ne peut pas remplacer le travail humain dans la production d'un contenu de qualité. Toutefois, il indique que son groupe mise sur l'IA comme un outil d'assistance permettant d'optimiser les processus internes et de gagner du temps. Des solutions sont en cours de développement, notamment des systèmes automatisés capables de générer en quelques clics un résumé fiable des contenus diffusés à l'antenne, prêt à être publié sur les plateformes numériques. Il précise que, pour son groupe, l'intelligence artificielle est considérée comme un assistant efficace pour améliorer la productivité et faciliter certaines tâches, mais en aucun cas comme un substitut aux collaborateurs.

Un député (UDC) s'interroge sur la répartition des journalistes au sein du groupe par rapport à l'ensemble de l'effectif.

M. de Raemy répond que son groupe emploie 13 journalistes à plein temps, auxquels s'ajoute un pigiste. De plus, deux journalistes supplémentaires sont basés à Berne et partagés avec d'autres radios romandes.

Le député (UDC) aborde l'impact du passage au DAB+ sur l'audience et rappelle que la RTS a perdu 30% de son audience après l'abandon de la FM.

Il demande si Radio Lac et les autres radios du groupe ont constaté un effet positif sur leur propre audience.

M. de Raemy indique qu'il est encore trop tôt pour tirer des conclusions définitives, mais qu'une dynamique globalement positive a été observée. Il précise toutefois que les grands bénéficiaires du passage au DAB+ sont avant tout les radios françaises.

Le député (UDC) évoque la concurrence des médias français, notamment en matière de publicité. Il rappelle que la SSR a été fortement impactée par la concurrence des chaînes françaises, qui captent des budgets publicitaires en Suisse sans aucune contrepartie. Il demande si le groupe ressent également cet effet et si l'OFCOM a envisagé des mesures pour réguler cette situation.

M. de Raemy partage son avis sur la situation des chaînes de télévision, qu'il juge préoccupante, puisque plusieurs centaines de millions de francs partent à l'étranger sans aucune valeur ajoutée pour les médias suisses. Concernant les radios, il explique que sa régie publicitaire a adopté une stratégie de protectionnisme en signant des contrats avec les radios françaises disposant de fenêtres publicitaires en Suisse, principalement NRJ et Nostalgie. Son groupe assure lui-même la commercialisation de ces espaces publicitaires, ce qui lui permet de percevoir des commissions. Il estime que le chiffre d'affaires généré par les radios françaises sur l'arc lémanique représente environ un million de francs.

Une députée (S) revient sur l'impact potentiel du projet de loi en discussion. Elle demande si cette aide permettrait réellement au groupe de se réinventer, notamment en facilitant la transition vers le digital.

M. de Raemy confirme que c'est ainsi que son groupe envisage cette aide. Il explique que son état d'esprit est d'utiliser ce soutien pour accélérer la transformation numérique et adapter le modèle économique aux nouvelles réalités du marché.

Audition de M^{me} Nathalie Fontanet, présidente du Conseil d'Etat, et de M. Thomas Dellièvre, chargé de la communication auprès de la chancellerie

M^{me} Fontanet souligne que le Conseil d'Etat est particulièrement attentif à la situation actuelle des médias. Celui-ci constate que ces propositions législatives font suite aux événements survenus concernant la Tribune de Genève et estime que la problématique dépasse le seul canton de Genève, s'inscrivant dans une dynamique nationale, voire mondiale. Pour cette raison, **le Conseil d'Etat soutient l'idée d'une intervention fédérale dans l'aide aux médias plutôt qu'un soutien uniquement cantonal.** Elle précise que le

Conseil d'Etat apporte déjà un soutien aux médias à travers diverses mesures, telles que des achats de services, des contrats de prestations incluant des publicités et des coproductions d'émissions spéciales. Bien que ces actions ne soient pas toujours perçues comme un soutien direct aux médias, elles en constituent néanmoins un. Par ailleurs, différents départements disposent d'abonnements à la presse locale et y publient des annonces publicitaires. Un groupe interdépartemental a également été mis en place afin d'examiner les moyens d'accompagner le secteur médiatique. En 2022, une mesure innovante a été instaurée : l'offre d'un abonnement à la presse écrite aux jeunes atteignant leur majorité, dans l'objectif de susciter leur intérêt pour l'information. Par ailleurs, un soutien financier de 60 000 francs a été alloué au fonds pour le journalisme d'investigation JournaFONDS, réparti sur deux années (30 000 francs en 2022 et 30 000 francs en 2023).

M^{me} Fontanet rappelle que le Conseil d'Etat condamne les récentes décisions prises par Tamedia et leurs conséquences pour la Tribune de Genève. Le Conseil d'Etat réaffirme son attachement à la diversité et à la qualité de la presse, éléments essentiels au bon fonctionnement de la démocratie. Cependant, **le Conseil d'Etat estime que l'indépendance des médias doit être préservée et que l'Etat ne peut se substituer au secteur privé pour développer un nouveau modèle économique viable.** Elle souligne que **la crise actuelle des médias est avant tout liée à un modèle économique défaillant.** Certaines entreprises de presse, comme Le Temps, dépendent de financements récurrents de fondations, tandis que d'autres peinent à survivre face à la baisse des abonnements et à l'essor des médias gratuits. Concernant le projet de loi, qui prévoit la création d'une fondation de droit public dotée d'un capital initial de 10 millions de francs exclusivement financé par l'Etat, plusieurs éléments sont relevés. **Le financement initial prévu dans le projet de loi de 10 millions de francs semble appelé à être renouvelé, ce qui reviendrait à placer certains médias sous une forme de perfusion financière. Une dépendance directe entre les bénéficiaires et l'Etat serait ainsi créée par cette fondation, ce qui soulève la question de leur indépendance.** Par ailleurs, le projet ne résout pas la problématique structurelle des médias, dont le modèle économique actuel n'est plus viable à long terme. **Le montant alloué ne repose pas sur une analyse concrète des besoins et semble destiné à assurer uniquement la survie immédiate des médias concernés, sans offrir de réelle perspective de transformation.** De plus, bien que ce projet ait été élaboré en réaction à la situation de la Tribune de Genève, il ne permettrait pas de soutenir ce journal en raison des critères définis à l'article 5, qui excluent les entreprises distribuant des dividendes. Enfin, **la transformation numérique, qui constitue pourtant un enjeu clé**

pour l'avenir des médias, n'est pas intégrée dans cette proposition. En l'état, le projet de loi maintiendrait donc les médias dans leur fonctionnement actuel sans favoriser leur adaptation aux nouveaux défis du secteur.

Elle souligne également qu'une subvention supplémentaire pourrait être nécessaire pour assurer le fonctionnement de la fondation elle-même, soulevant la question de la répartition des 10 millions de francs entre son administration et l'aide aux médias. En conclusion, **le Conseil d'Etat n'est pas favorable à ce projet de loi, estimant qu'il ne constitue pas une réponse adéquate aux défis rencontrés par le secteur.** S'agissant de la motion, bien qu'elle soit moins précise quant à la création de la fondation, le Conseil d'Etat ne la soutient pas non plus, notamment en raison du principe du rachat de titres de presse à fonds perdu, qu'il considère comme un rôle qui ne revient pas à l'Etat, mais souligne toutefois l'importance d'encourager et de solliciter des investisseurs potentiels. Sur la question du développement de contrats de prestations étatiques et du soutien à la formation de stagiaires, ces mesures pourraient être envisagées dans le cadre d'un plan plus global. En résumé, **le Conseil d'Etat s'oppose au projet de loi et se déclare partiellement ouvert à certaines dispositions de la motion.** Il rappelle avoir relancé le groupe interdépartemental chargé du soutien aux médias, dont les nouvelles recommandations sont attendues d'ici le mois de mai 2025. L'objectif demeure de proposer des solutions garantissant à la fois un soutien efficace et le maintien de l'indépendance des médias.

Un député (Ve) soulève la question de la garantie d'indépendance des médias, qu'il considère comme un enjeu capital. Il exprime une lecture différente de celle du Conseil d'Etat quant à l'article 3, alinéa 2, qui lui semble constituer une solution élégante pour garantir cette indépendance. Bien qu'il reconnaisse l'existence d'une dépendance économique, il estime que l'indépendance éditoriale est assurée par la composition du conseil de fondation, qui lui paraît particulièrement équilibrée.

M^{me} Fontanet répond que, dès lors que c'est l'Etat qui finance intégralement la fondation, il s'agit donc d'un financement étatique. Selon elle, la composition du conseil de fondation en trois tiers ne modifie en rien cette réalité fondamentale.

Le député (Ve) poursuit en questionnant l'impact limité de la fondation sur les finances globales des médias. Il demande si le fait qu'elle ne finance qu'une partie relativement restreinte des médias concernés ne constitue pas, malgré tout, une garantie suffisante pour préserver leur indépendance.

M^{me} Fontanet rejette cette idée, expliquant que l'investissement de 10 millions de francs par l'Etat dans l'aide aux médias ne change rien à la

problématique de fond. Elle insiste sur le fait que le problème ne se limite pas à une question d'indépendance, mais concerne également le modèle économique lui-même. Elle interroge sur les effets concrets de cette initiative et sur la situation une fois que ces fonds auront été dépensés, sans transformation structurelle du secteur.

Le député (Ve) enchaîne en soulignant que le modèle libéral, reposant sur un espoir de rentabilité économique dans le secteur des médias, ne fonctionne plus, notamment en raison de l'essor des contenus gratuits. Il prend pour analogie les domaines du sport et de la culture, où l'intervention des pouvoirs publics est une pratique admise pour garantir la pérennité d'activités essentielles à la société. Il questionne ainsi la présidente du Conseil d'Etat : n'est-ce pas un cul-de-sac similaire, où l'Etat devrait combler les pertes financières des médias sans attendre de retour sur investissement ni chercher à influencer sur leur ligne éditoriale, à l'image de ce qui est fait pour les subventions culturelles ? Il note que les acteurs culturels restent libres de créer les spectacles qu'ils souhaitent malgré les financements publics. Il demande si cette analogie est pertinente et, si ce n'est pas le cas, quelle alternative propose le Conseil d'Etat.

M^{me} Fontanet conteste cette comparaison, considérant que les médias jouent un rôle fondamental dans l'information des citoyens, notamment en ce qui concerne les droits politiques, les votations et les élections. Elle insiste sur le fait que **le soutien direct de l'Etat aux médias pose une difficulté particulière, contrairement au financement du domaine culturel, qui vise principalement le divertissement du public.** Elle réaffirme que des aides ponctuelles peuvent être envisagées et que **la réflexion du Conseil d'Etat porte notamment sur un soutien favorisant la transformation numérique des médias, plutôt que sur une injection de fonds à fonds perdu ou visant uniquement à pallier leurs difficultés financières immédiates.**

Le député (Ve) revient sur le montant de 10 millions de francs inscrit dans le projet de loi. Il rappelle que M^{me} Fontanet a indiqué que ce chiffre semble avoir été déterminé de manière approximative et le compare au montant beaucoup plus modeste de 30 000 francs par an, mentionné précédemment comme aide au journalisme d'investigation. Il l'interroge donc sur l'existence d'une évaluation plus précise du niveau de soutien ponctuel qui pourrait être envisagé.

M^{me} Fontanet répond qu'à ce stade, aucune estimation précise n'a encore été arrêtée.

Un député (S) interroge tout d'abord sur la possibilité d'envisager d'autres formes de soutien financier que le financement direct. Rappelant que le Conseil

d'Etat s'est déclaré partiellement ouvert à certaines mesures de la motion, il demande notamment si l'achat d'abonnements à des titres locaux pour les jeunes serait une piste envisagée.

M^{me} Fontanet répond que cette mesure est déjà en place. En effet, le Conseil d'Etat offre aux jeunes atteignant l'âge de 18 ans un abonnement gratuit d'une année à un média local, ce qui constitue un dispositif de soutien existant.

Le député (S) revient sur l'indépendance des médias face au financement public et établit un parallèle avec le modèle audiovisuel de la RTS. Il observe que la RTS, bien que bénéficiant d'un financement public, est perçue comme une entité indépendante. Il s'interroge sur la possibilité d'appliquer un schéma similaire à l'échelon cantonal pour le soutien aux médias locaux.

M^{me} Fontanet distingue ces deux situations, expliquant que **le financement de la RTS est fédéral** et qu'il repose sur un cadre bien plus large. Elle rappelle que, dans son introduction, elle avait déjà souligné que le Conseil d'Etat considère que le soutien aux médias devrait être assuré au niveau fédéral. Selon elle, **un cadre national garantit une moindre proximité et réduit ainsi les risques de dépendance entre les médias et les autorités locales.**

Le député (S) demande si le canton de Genève pourrait porter cette position auprès des autorités fédérales afin de défendre l'idée d'un soutien aux médias au niveau national.

M^{me} Fontanet confirme que cette démarche a déjà été entreprise. Le Conseil d'Etat a exprimé sa position auprès des autorités fédérales et pris part aux discussions sur les programmes économiques de la Confédération, qui incluent des mesures de soutien aux médias. Elle réaffirme cependant que **le Conseil d'Etat considère être trop proche des médias locaux pour intervenir directement en leur faveur sans risquer d'altérer leur indépendance.**

Un député (MCG) exprime ses réserves quant à l'idée d'une aide aux médias qui s'apparenterait à une forme d'assistanat. Il estime toutefois qu'un travail pourrait être mené au niveau de la communication des différents départements de l'Etat, qui ont un besoin de diffusion d'informations auprès de la population. Il souligne que la presse écrite et également les médias audiovisuels locaux pourraient jouer un rôle important dans cette démarche sous forme de partenariats bien encadrés. Il insiste sur le fait qu'il ne devrait pas s'agir d'un échange de services où un média recevrait un soutien en contrepartie d'un traitement favorable, mais bien d'un mécanisme transparent visant à informer la population. Il évoque ensuite la question du pantoufflage, affirmant que certains journalistes rejoignent des départements de l'Etat après avoir travaillé dans la presse, ce qui soulève, selon lui, la question de potentielles relations d'échange de services. Il estime que les départements

gagneraient à renforcer la clarté de leurs partenariats avec les médias et regrette que ces derniers restent relativement faibles. Il demande à M^{me} Fontanet quelle est sa position sur le développement de ces partenariats et sur la nécessité d'assurer une plus grande transparence dans ces relations.

M^{me} Fontanet répond que les relations entre l'Etat et les médias doivent être aussi claires et transparentes que possible. Concernant les partenariats, elle précise que l'Etat cherche à diffuser des annonces lorsque des informations importantes doivent être transmises à la population, en achetant des espaces publicitaires dans la presse sans pour autant intervenir dans le contenu éditorial. Elle considère que **la corédaction ou la commande d'articles par l'Etat dans des médias locaux serait problématique**. Elle évoque le cas de la Ville de Genève, qui commande des articles informatifs sur des thématiques environnementales, mais indique qu'elle ne se verrait pas appliquer une telle pratique pour des sujets fiscaux, par exemple. Selon elle, il est essentiel que la presse conserve son indépendance et que la politique demeure distincte de son travail. Elle ajoute que l'encouragement aux abonnements et aux annonces publicitaires dans les médias locaux reste une piste envisageable, tout en soulignant que la communication évolue de plus en plus vers des supports numériques. L'achat d'abonnements numériques et la diffusion d'annonces en ligne sont désormais plus accessibles et moins coûteux que la presse papier, ce qui modifie également la nature des soutiens potentiels aux médias.

M. Dellièvre rappelle qu'il n'existe pas, à ce jour, de politique publique structurée en matière de communication, ni de recensement global des dépenses engagées par les départements en matière d'annonces publicitaires. Toutefois, des travaux menés par le groupe interdépartemental en 2021 et 2022 ont permis d'évaluer ces investissements, révélant qu'un montant de plus de 500 000 francs par an était consacré à des annonces dans les médias locaux. Il souligne que cette réalité existe de facto, bien qu'elle ne soit pas formellement présentée comme une aide aux médias. Il précise que cette forme de soutien indirect est régulièrement étudiée par les groupes de travail s'intéressant au sujet, car elle constitue une solution simple et efficace à mettre en œuvre.

Audition de M. Gilles Marchand, ancien directeur de la RTS et de la SSR et directeur de l'Initiative Média et Philanthropie à l'UNIGE

(Voir annexe)

M. Marchand annonce qu'il présentera brièvement les travaux menés avec l'Université de Genève avant de répondre aux questions. L'initiative qu'il dirige depuis mars 2025, après avoir dirigé la RTS puis la SSR, a pour objectif d'observer le paysage médiatique, d'analyser ses modèles de financement et

de fournir des outils aux personnes ou institutions qui souhaitent s'y engager. Les outils développés s'adressent aux collectivités publiques, aux philanthropes, mais également aux particuliers. Il précise que cette réflexion académique repose sur des fondements largement partagés. L'exercice démocratique requiert un espace médiatique fonctionnel, alimenté par des médias multithématiques et indépendants. **Le problème n'est pas tant la démocratie que les conditions dans lesquelles les citoyens peuvent y participer, et notamment les influences qu'ils subissent, en particulier via les outils numériques.** Les médias indépendants ont donc un rôle à jouer pour accompagner la population dans l'exercice de ses droits et la formation de son opinion.

Pour que ces médias puissent jouer ce rôle, certaines conditions sont nécessaires. **L'indépendance ne peut être garantie que s'il n'existe pas de pression, ni de la part des actionnaires ni de la part de l'Etat, sur la production des contenus. L'indépendance repose, selon lui, sur quatre piliers. Le premier est l'intention d'impartialité, qui se distingue de l'objectivité, notion plus difficile à mesurer. Cette impartialité s'évalue par la capacité à produire une information équilibrée et vérifiable. Le deuxième pilier est le dialogue social, soit la capacité d'un média à générer un débat utile et constructif, en opposition à ce qui prévaut souvent sur les réseaux sociaux. Le troisième pilier est l'ancrage territorial, à travers une production culturelle située. Enfin, le quatrième est la transparence, notamment dans la gouvernance et dans la distinction entre contenu éditorial et contenu commercial.** Lorsque ces quatre dimensions sont respectées, le média produit ce qu'il appelle de la valeur publique. Celle-ci constitue, à ses yeux, le cœur du rôle social des médias. C'est à ce titre qu'il **paraît essentiel d'envisager une troisième voie de financement, entre le soutien étatique et les modèles purement commerciaux. Cette voie regroupe les collectivités publiques, les fondations, les citoyens engagés ou les entreprises agissant dans une logique de responsabilité sociétale.** Genève est, à cet égard, un territoire bien placé compte tenu de son écosystème philanthropique.

Il décrit ensuite les deux extrémités du spectre de financement des médias. D'un côté se trouve l'Etat, qui finance le service public par la redevance, attribue des concessions, définit la régulation et contrôle les obligations de reporting. Il rappelle que le service public ne se limite pas à la SSR, mais inclut aussi 34 entreprises privées titulaires d'une concession fédérale. A l'autre bout se trouve le marché, qui repose sur la publicité, la vente de contenus et la diversification des activités. Dans ce modèle, la principale question porte sur la capacité à réinvestir les revenus issus d'activités commerciales dans le

contenu éditorial. Entre ces deux pôles se trouve la zone d'intervention qui l'intéresse : celle des collectivités publiques, des fondations et des mécènes. Ce type d'engagement suppose de clarifier trois dimensions fondamentales : l'intention, la gouvernance et la contribution. Il s'agit d'abord de déterminer le but du soutien, la raison pour laquelle une collectivité publique ou une fondation décide de s'engager. Ensuite, les modalités concrètes de la relation entre l'entité qui soutient et celle qui reçoit doivent être établies. Enfin, la nature du soutien doit être précisée : s'agit-il d'un engagement financier, d'un allègement de charges, d'un soutien ponctuel ou durable ? Ces trois éléments sont liés et doivent être pensés ensemble. Une méthode claire est donc nécessaire pour éviter les malentendus entre les attentes et la réalisation. Dans le cadre universitaire, une charte est en cours d'élaboration, qui sera mise à disposition d'ici fin 2025. Elle visera à structurer cette relation entre l'acteur de soutien et le média bénéficiaire. Un deuxième outil, constitué d'études de cas documentées, sera publié fin 2026 ou début 2027. Il permettra d'analyser concrètement les effets du soutien hors marché et hors Etat sur la production médiatique.

Sur le plan méthodologique, le projet distingue les fonctions sociales que peut remplir un média sans pour autant juger de ses contenus. La première dimension observée est l'intention d'impartialité, mesurable par la diversité des sujets abordés et l'équilibre des traitements. La deuxième est la capacité à générer un espace de débat modéré et constructif, ce qui suppose des règles claires sur les commentaires, la modération et la gestion des données. La troisième dimension est la production originale ancrée dans un territoire, critère qui permet de distinguer les médias producteurs de contenus des simples agrégateurs. Ces derniers, souvent exonérés de responsabilités juridiques, posent selon lui un problème sociétal. Enfin, la transparence est un critère essentiel, notamment pour distinguer les logiques commerciales des logiques éditoriales. Elle est un préalable indispensable à la confiance du public. La clarification de la relation entre ceux qui soutiennent et ceux qui sont soutenus est centrale. Il importe de définir les règles du jeu et d'éviter les zones d'ombre. C'est souvent dans ces flous que naissent les tensions. Les modalités doivent être explicites dès le départ.

M. Marchand invite ensuite la commission à réfléchir à plusieurs questions précises. Il propose d'abord de distinguer le soutien aux conditions-cadres, c'est-à-dire à l'environnement favorable au développement de médias, du soutien à des médias spécifiques. Ce choix implique une réflexion sur la légitimité et les critères de sélection. Il suggère aussi d'interroger la nature du soutien : aide directe, exonération fiscale, ou autre forme de facilitation. Enfin, il propose de s'interroger sur le niveau pertinent d'intervention : cantonal,

régional, ou linguistique. La francophonie en Suisse est évoquée à cet égard, notamment à travers le rôle de la chaîne TV5Monde, aujourd'hui affaiblie. Il encourage à ouvrir le dialogue avec d'autres cantons romands sur les enjeux médiatiques partagés. Certains médias, bien que domiciliés dans un canton, dépassent largement son périmètre dans leur diffusion et leur impact. Il propose également de s'inspirer des bonnes pratiques observées à l'étranger. Il cite la Belgique et le Québec comme exemples intéressants. Plusieurs instruments y sont utilisés : exonérations fiscales, incitations pour les donateurs, budgets fléchés par thématiques indépendamment des statuts des médias, prise en charge de certaines charges fixes comme les coûts de stages ou les abonnements à des agences de presse. Ces modèles permettent de soutenir la valeur publique sans intervenir dans le contenu, ni privilégier un acteur particulier.

Il souligne que la crainte d'être soupçonné d'ingérence freine souvent les intentions d'engagement, notamment de la part des fondations ou des collectivités publiques. Ce soupçon alimente une forme de paralysie. L'élaboration d'un cadre clair et transparent, via une méthode publique et assumée, permettrait de légitimer les engagements et de renforcer la confiance dans cette troisième voie de soutien aux médias. Ce renforcement est jugé crucial pour l'avenir du paysage médiatique et pour la démocratie elle-même.

Un député (UDC) revient sur la question de l'impartialité, présentée comme l'un des prérequis dans la méthode proposée. Il s'interroge sur la prise en compte, dans cette notion d'impartialité, de ce que certains désignent comme le courant dominant du politiquement correct, souvent évoqué dans le débat public au sujet des médias.

M. Marchand précise que la méthode développée ne vise pas à commenter les contenus journalistiques ni à porter des jugements éditoriaux. Il estime que ce type d'analyse ouvre une discussion inépuisable et subjective, chacun disposant de sa propre définition du « mainstream » ou de la nature de l'engagement journalistique attendu. Son approche se concentre sur des aspects fonctionnels, tels que la diversité des points de vue exprimés dans un média. Il s'agit, par exemple, d'observer si les rédactions s'efforcent d'inviter des interlocuteurs représentatifs de diverses sensibilités, notamment lors de débats liés à des objets de votation. Sur le plan pratique, il indique que ce type de vérification est tout à fait réalisable et qu'il l'a lui-même expérimenté dans ses fonctions précédentes. L'essentiel, selon lui, est d'ouvrir un dialogue avec les médias concernés sur les enjeux liés à la diversité d'opinions et à l'équilibre des points de vue. Il ne s'agit pas d'établir des mécanismes de contrôle sur la véracité ou la pertinence d'un contenu, mais d'aborder avec les rédactions la manière dont elles s'organisent pour garantir une pluralité de perspectives.

L'existence même de ce dialogue constitue déjà, selon lui, une avancée significative sans nécessiter d'intervention sur le contenu éditorial en tant que tel.

Un député (Ve) relève une distinction faite dans l'exposé entre l'Etat fédéral et les entités publiques régionales telles que les cantons ou les communes, ces dernières étant associées, dans l'analyse présentée, à des acteurs de type philanthropique. Il s'interroge sur cette distinction, qu'il ne juge pas si nette. Selon lui, l'Etat fédéral, plus éloigné des réalités locales, pourrait faire preuve d'une plus grande neutralité dans ses relations avec les médias régionaux que ne le ferait un canton, dont les intérêts pourraient être plus directement concernés. Il questionne ainsi le niveau d'intervention publique le plus impartial.

M. Marchand répond que l'impartialité reste une exigence complexe, tant pour les médias que pour ceux qui les soutiennent. Il distingue toutefois les prérogatives spécifiques de l'Etat fédéral, qui peut légiférer, attribuer des concessions et mettre en œuvre des aides définies par la loi, notamment à travers des dispositifs comme la LRTV ou les aides indirectes. Ces outils ne sont pas à disposition des collectivités régionales ou locales, qui, elles, n'ont ni pouvoir de régulation ni pouvoir de concession. Ces dernières peuvent toutefois intervenir dans leur territoire en faveur de la diversité des médias, en particulier dans la presse écrite. Il reconnaît que plus l'échelon est éloigné, plus l'engagement semble neutre, mais souligne qu'un engagement fédéral peut aussi être sujet à des pressions politiques. La distinction est donc moins une question d'impartialité absolue que de compétences et de leviers juridiques disponibles.

Le député (Ve) revient sur la distinction évoquée entre l'aide indirecte, qui s'appliquerait à tous les médias dans un cadre défini, et l'aide directe ou ciblée, attribuée à certains médias en fonction de critères. Il observe que cette séparation repose en réalité sur des définitions elles-mêmes délicates à établir, notamment celle de ce qui constitue un média éligible. Il cite les cas des publications de Coop et Migros, dont l'inclusion dans les dispositifs de soutien a suscité un débat. De même, une aide ciblée ne peut être attribuée de manière purement subjective, l'Etat étant tenu à un principe d'objectivité. Il questionne ainsi la réelle distinction entre ces deux modalités.

M. Marchand confirme l'existence d'une distinction factuelle. **Les aides liées aux conditions-cadres s'appliquent à l'ensemble des médias présents sur un territoire donné, sans intervention directe dans les critères d'éligibilité.** A l'inverse, lorsqu'une aide vise des médias spécifiques, il devient nécessaire de fixer des critères d'attribution. Il évoque alors les quatre piliers qu'il propose dans ses travaux (impartialité, dialogue, ancrage

territorial, transparence), lesquels permettent d'éviter les jugements éditoriaux tout en conservant une base fonctionnelle et partagée pour définir la valeur publique. Il relève l'existence de deux approches dans les pratiques internationales : une approche plus universelle, comme au Canada, où l'on soutient largement les médias dans une logique de défense culturelle face à une pression extérieure, et une approche plus ciblée, qui suppose un consensus politique parfois difficile à atteindre sur les critères. Il juge cette seconde approche plus délicate à manier. Il recommande donc aux collectivités publiques de privilégier une logique fondée sur les conditions-cadres, jugée moins périlleuse. Il n'exclut pas pour autant des modèles hybrides, combinant soutien structurel général et dispositifs spécifiques reposant sur des critères objectifs.

Le député (Ve) souligne que le texte législatif en discussion propose la création d'une fondation dont la composition lui semble conçue de manière à éviter les conflits d'intérêts et à garantir une certaine impartialité. L'article 5, selon lui, rejoint très clairement les principes évoqués concernant la définition de la valeur publique et le rôle des médias dans le renforcement de la cohésion sociale et de la libre formation de l'opinion. Il sollicite l'avis de M. Marchand sur cette lecture et l'interroge sur une éventuelle collaboration entre la fondation projetée et l'initiative universitaire, notamment en vue d'établir des critères plus précis et objectivables pour le soutien aux médias.

M. Marchand indique que l'Initiative Média et Philanthropie de l'Université de Genève est, par définition, ouverte à la collaboration avec les collectivités publiques. Il précise qu'il ne connaît pas le texte de manière détaillée, mais que sa lecture lui a inspiré une réflexion importante : celle des exclusions implicites opérées par un tel dispositif. Il encourage la commission à **ne pas seulement considérer les médias soutenus, mais aussi ceux qui, de fait, seraient exclus**. Si ces exclusions concernent des acteurs importants du paysage médiatique local, la légitimité globale de l'initiative pourrait en être affectée. Il s'agit alors de s'interroger sur l'image d'ensemble ainsi dessinée : permet-elle véritablement de renforcer la diversité médiatique et le vivre ensemble, ou bien ne vise-t-elle qu'une partie du tissu médiatique ? Il appelle à une vigilance particulière sur ce point.

Le député (Ve) reformule ce point, en s'interrogeant sur l'impact d'une éventuelle exclusion des entreprises versant des dividendes, lesquelles peuvent tout de même produire un contenu journalistique à haute valeur ajoutée.

M. Marchand confirme qu'il s'agit d'un exemple pertinent. Il propose de réfléchir à des mécanismes qui permettent de flécher ou de protéger les soutiens, y compris dans des entreprises commerciales, tout en garantissant que ces soutiens n'alimentent pas d'autres aspects de l'activité. Cette approche

implique toutefois un engagement plus complexe que le soutien aux conditions-cadres. Il indique que l'université travaille actuellement à la formalisation des critères associés aux quatre piliers évoqués, ainsi qu'aux indicateurs permettant de les évaluer concrètement. Ce travail devrait être disponible d'ici à la fin de l'année et pourrait constituer un outil d'aide à la décision pour les collectivités intéressées.

Un député (Ve) revient sur la relation entre l'entité qui soutient et celle qui est soutenue, telle que représentée par le schéma à double flèche évoqué plus tôt. Il s'interroge sur l'éventuelle nécessité d'une entité indépendante de surveillance pour veiller au respect de la charte, à l'image de l'Arcom en France, qui contrôle les engagements des médias bénéficiant d'un soutien public.

M. Marchand distingue cette approche de celle qu'il propose. Il rappelle que des entités comme l'Arcom en France ou l'OFCOM en Suisse sont des régulateurs liés aux concessions, dans le cadre de mandats légaux. Il précise que son dispositif n'a pas vocation à s'inscrire dans cette logique. Il envisage plutôt une méthode contractuelle, fondée sur une convention établie entre l'entité qui soutient – qu'il s'agisse d'une collectivité publique ou d'une fondation – et le média bénéficiaire. Cette convention, selon lui, doit intégrer de manière détaillée les éléments méthodologiques abordés dans son outil, en particulier les attentes réciproques et les modalités concrètes de l'engagement. Il recommande que ce passage en revue des critères soit fait avant le début de la collaboration et donne lieu à une convention formellement signée. Il considère qu'une telle clarté contractuelle permet d'éviter la nécessité d'un tiers régulateur. Il admet toutefois qu'un dispositif classique de soutien pourrait prévoir l'existence d'une instance de recours en cas de désaccord majeur entre les parties. Il insiste néanmoins sur sa volonté de favoriser une approche simple, basée sur une relation directe et structurée entre les deux entités concernées.

Un député (S) s'interroge sur l'état actuel du paysage médiatique local, notamment dans le secteur de la presse écrite. Il relève une diminution marquée du nombre de journalistes et une perte de qualité dans la couverture de l'actualité politique. Il demande si, dans ce contexte, un risque ne pèse pas sur la vitalité démocratique, en particulier au niveau local ou régional. Il poursuit en évoquant le projet de loi en discussion, qui prévoit un mécanisme de soutien assorti de conditions, et s'interroge sur la possibilité, dans un tel cadre, d'imaginer un titre public ou une entité publique médiatique, qui garantirait le respect de critères tels que l'objectivité, la diversité des sujets et la qualité de l'information, à l'image de ce que l'on connaît dans l'audiovisuel.

M. Marchand répond en affirmant, de manière directe, que la situation est selon lui très préoccupante. Il décrit **un cercle vicieux dans lequel les médias sont pris : les financements traditionnels s'épuisent, en particulier les revenus publicitaires, longtemps considérés avec un certain mépris, mais qui ont historiquement permis de financer une presse diversifiée, notamment dans les régions linguistiques suisses. Cette ressource se déplace aujourd'hui vers les plateformes numériques qui, tout en captant la publicité, ne réinvestissent pas dans le tissu médiatique local.** Ce phénomène, observé à l'international, constitue selon lui un appauvrissement structurel. Parallèlement, la disposition à payer pour du contenu diminue. Le public est davantage disposé à investir dans la connexion que dans ce à quoi elle permet d'accéder. La notion de valeur appliquée à l'information semble s'éroder. Ce changement de perception contribue à la baisse de la qualité des contenus, à la réduction du nombre de journalistes et à la couverture superficielle de nombreux sujets. Il identifie également une crise de confiance. **Le public ne distingue plus clairement entre les sources d'information traditionnelles, les contenus issus des réseaux sociaux, les influenceurs, ou les journaux gratuits ou payants. Ce brouillage général engendre une défiance croissante envers les médias.** Il estime que **ces deux facteurs, la raréfaction des moyens et la perte de confiance, ont un effet direct sur la qualité du débat démocratique.** Le fonctionnement de la démocratie nécessite un espace médiatique diversifié, qualitatif et capable de garantir la libre formation de l'opinion. Ce constat ne concerne pas uniquement Genève ou la Suisse, mais s'observe dans l'ensemble de l'Europe. Il juge donc l'action urgente et considère les discussions actuelles comme légitimes et nécessaires. Concernant la deuxième question, il indique qu'un mécanisme de type fondation pourrait effectivement être envisagé, notamment pour assurer une gestion plus rigoureuse et experte de l'attribution des soutiens. Il considère qu'un acteur compétent, qu'il s'agisse d'une fondation ou d'une entité extérieure, pourrait mieux évaluer les critères et orienter les ressources de manière cohérente. L'université, en tant qu'acteur neutre, pourrait également contribuer à cette réflexion. Cependant, avant d'aborder la question de la structure chargée de gérer ces soutiens, il insiste sur la nécessité préalable de se mettre d'accord sur les principes fondamentaux. Il recommande que les entités publiques, comme celles représentées par la commission, définissent **d'abord une charte claire qui devrait préciser les piliers du soutien, tels que l'intention d'impartialité, le dialogue, l'ancrage territorial et la transparence.** Elle devrait aussi encadrer les modalités de gouvernance, les contributions attendues et les intentions de la démarche. Une fois cette base partagée, il devient possible de discuter des modalités de mise en œuvre, que ce soit par une fondation, par une instance d'attribution, ou une instance de

vérification. Mais **cette clarification doit précéder toute création d'organe ou de dispositif d'appui**. Il conclut en affirmant que cette discussion de fond sur les critères d'intervention doit constituer le préalable incontournable à toute décision sur la forme organisationnelle du soutien.

Un député (PLR) revient sur un témoignage récemment entendu au sujet du média canadien La Presse, jugé particulièrement éclairant. Il rappelle que ce journal a dû se réinventer face à des difficultés économiques majeures et il interroge la possibilité de transposer une telle expérience au contexte suisse, bien qu'il reconnaisse les différences de taille entre les marchés. Il souligne que la presse est aujourd'hui confrontée à une nécessité de transformation, de nombreux modèles économiques n'étant plus viables. Il soulève également la question de l'intelligence artificielle, absente de la présentation, et souhaite connaître la place que celle-ci pourrait occuper à long terme dans le paysage médiatique. Il évoque enfin l'enjeu de la formation, en notant qu'à Genève, aucune structure n'est dédiée à la formation des journalistes. Il estime que la faiblesse du contenu s'explique aussi par le manque de professionnels formés et par l'existence de nombreux acteurs qui s'improvisent journalistes. Il conclut en demandant si l'information diffusée aujourd'hui est de moins bonne qualité qu'auparavant, tout en exprimant le souhait de voir les citoyennes et citoyens s'intéresser aux affaires publiques grâce à une offre médiatique enrichissante.

M. Marchand revient d'abord sur l'exemple de La Presse. Il s'agit, selon lui, d'un exemple emblématique. Ce grand quotidien montréalais, autrefois florissant, a connu un déclin rapide : perte de lecteurs, chute des revenus publicitaires, quasi-faillite. Le redressement est intervenu à la suite d'un soutien majeur de la fondation Desmarais, puissante entité philanthropique canadienne. Un financement substantiel a été octroyé, assorti d'une exigence claire : un changement de modèle économique avec, à terme, un retour à l'équilibre. Ce journal a alors abandonné toute forme d'impression papier, misé sur une application numérique pour tablette, repensé l'ensemble de son rubricage et de ses contenus, et développé une stratégie numérique offensive. L'accès au contenu est devenu gratuit, mais un grand nombre de lectrices et lecteurs ont continué à soutenir le journal par des contributions volontaires, attachés à la qualité du contenu proposé. Il s'agit donc d'un modèle philanthropique privé, fondé sur une forme de confiance réciproque. Après plusieurs années, La Presse est redevenue un acteur médiatique stable, influent et financièrement équilibré. Transposer ce modèle en Suisse à l'identique ne semble pas réaliste. Toutefois, il n'existe pas de fatalité. Il est possible d'imaginer d'autres formes de narration, d'autres rythmes, des formats mixtes associant version imprimée et version numérique, ou encore des modèles

allégés en termes de coûts. L'essentiel est de sortir du statu quo et d'oser des ruptures vers d'autres structures de production et de diffusion. Sur la question de l'intelligence artificielle, il indique qu'elle représente un bouleversement majeur, en particulier dans la relation entre la production d'un contenu et sa réception. À terme, les capacités d'agrégation de l'IA rendront floue, voire invisible, l'origine des contenus, et les utilisateurs recevront des informations adaptées à leurs habitudes sans savoir qui en est l'auteur. La personnalisation algorithmique, combinée à la traçabilité numérique, pourrait ainsi accentuer l'effacement de la source. C'est pour cette raison qu'il insiste sur l'importance de l'ancrage local, de la production originale, et de la traçabilité des contenus. Il reconnaît également que l'IA peut alléger certaines tâches rédactionnelles à faible valeur ajoutée, comme la publication de résultats sportifs ou d'informations administratives. Toutefois, un cadre strict doit être posé. Les médias doivent indiquer clairement quand et où l'IA est utilisée. Il plaide pour que subsiste toujours une validation humaine du contenu. Sur la qualité de l'information, il indique qu'il est difficile d'affirmer que celle-ci serait globalement meilleure ou moins bonne qu'auparavant. Ce constat dépend de nombreux facteurs : contexte, disponibilité des moyens, types de contenu diffusé gratuitement ou non, attentes du public. Il observe cependant que l'attention portée à la connexion elle-même a aujourd'hui davantage de valeur pour le public que le contenu auquel elle donne accès, ce qui pose un réel problème. Il reconnaît que certains sujets, tels que les travaux des commissions parlementaires, sont difficilement traitables dans des formats classiques et que d'autres modes de diffusion ou de vulgarisation mériteraient peut-être d'être envisagés. Ce qui importe, selon lui, c'est que les contenus proposés soient identifiables, revendiqués, signés, et que leur origine soit claire. C'est ce principe de traçabilité qui doit rester au cœur d'une information de qualité.

Un député (MCG) revient sur la question de la philanthropie en relevant l'existence, en Suisse romande, de trois modèles concrets. Il cite d'abord le quotidien *Le Temps*, largement financé par la fondation Aventinus, elle-même soutenue principalement par la Fondation Wilsdorf. Il mentionne ensuite *Le Courrier*, financé en grande partie par des militants qui s'abonnent et participent activement à l'élaboration du journal. Il évoque enfin, de manière plus marginale, *Radio Zone*, également soutenue par des cercles militants, bien que plus modestement. Il observe que, dans chacun de ces cas, le soutien philanthropique est ciblé sur un média particulier, contrairement au projet de loi, qui propose un mécanisme de soutien général. Il exprime une certaine distance par rapport à la méthodologie présentée, qu'il qualifie de conceptuelle et abstraite. Il indique préférer une vision plus dynamique du rôle du média, conçu comme un passeur d'information. Il estime que le cœur du journalisme

réside dans la recherche, la vérification et la transmission de l'information, et questionne la pertinence d'un modèle qui lui semble plus statique.

M. Marchand précise d'abord que la fondation Aventinus est le fruit de l'alliance de trois fondations, dont la Fondation Wilsdorf est la principale contributrice, mais qu'il ne s'agit pas uniquement d'un engagement ponctuel. Aventinus détient 99% du capital du journal Le Temps, ce qui en fait un propriétaire à part entière. Ce modèle diffère donc d'une aide ciblée sur une période définie ou d'un soutien philanthropique destiné à un projet spécifique. Il distingue clairement cette situation de celle de Radio Zone ou du Courrier, dont les modèles sont fondés sur un engagement militant explicite, tout aussi légitime mais appartenant à une autre catégorie. Il évoque également d'autres formes d'intervention philanthropique, comme celles de la Fondation Mercator, qui agit sur les conditions-cadres du secteur, par exemple à travers le financement d'équipements ou de formations accessibles à tous. Concernant la définition du journalisme, il indique ne pas être en désaccord avec l'idée selon laquelle un journaliste est avant tout un chercheur d'information, un intermédiaire qui vérifie et transmet les faits. Il précise toutefois que sa propre démarche se situe en amont de ces considérations éditoriales. Il ne cherche pas à juger du contenu journalistique mais à proposer un cadre fonctionnel permettant un soutien légitime, notamment pour les collectivités publiques. C'est la raison pour laquelle son approche peut sembler théorique : elle évite volontairement toute appréciation sur la qualité intrinsèque du contenu, car un débat sur ce point serait interminable.

Le député (MCG) indique qu'il se sent en désaccord avec cette posture. Il considère que le travail de transmission de l'information est fondamental et cite, à titre d'exemple, les équipes de l'émission Temps Présent, qui continuent à réaliser un travail d'enquête rigoureux malgré la baisse générale des moyens. Il regrette que de nombreux journalistes n'aient plus les ressources nécessaires pour produire ce type de contenu.

Une députée (PLR) interroge M. Marchand sur sa position concernant la motion et le projet de loi en discussion.

M. Marchand répond qu'il recommande de privilégier un engagement sur les conditions-cadres du marché plutôt que sur des aides ciblées à certains médias. Selon lui, les collectivités publiques ont intérêt à raisonner à l'échelle de l'ensemble du territoire. Il recommande donc **d'éviter d'entrer dans un débat sur la qualité intrinsèque des médias, même si des critères précis peuvent être définis**. Il envisage néanmoins **un modèle mixte, combinant un soutien structurel général (par exemple sur le plan fiscal ou en matière de formation) avec un mécanisme complémentaire, plus ciblé, fondé sur des catégories définies en amont**. Il estime qu'une telle approche, construite en

deux temps, permettrait de répondre à la diversité des besoins tout en préservant la cohérence de l'intervention publique.

Discussion interne

Un député (PLR) propose de passer au vote, estimant que ce projet de loi n'a plus lieu d'être, puisque le Parlement fédéral a déjà accordé un soutien supplémentaire de 35 millions à la presse nationale, comme cela était souhaité. Selon lui, Berne a pris les devants et il est donc possible de voter sur ces deux objets.

Un député (Ve) rappelle qu'il semblait que la commission était en attente d'une feuille de route et que l'association concernée devait, au cours du deuxième semestre, envoyer un document. Il propose de patienter afin de recevoir ce document avant de voter.

Une députée (PLR) indique qu'elle ne pense pas que ce document fera changer la position de la commission et se déclare favorable au vote.

Votes

1^{er} débat

Vote sur l'entrée en matière du PL 13555 :

Oui : 5 (3 S, 2 Ve)
Non : 9 (2 MCG, 1 LC, 3 PLR, 2 UDC, 1 LJS)
Abstentions : –

L'entrée en matière du PL 13555 est refusée.

Vote sur la M 3064 :

Oui : 5 (3 S, 2 Ve)
Non : 9 (2 MCG, 1 LC, 3 PLR, 2 UDC, 1 LJS)
Abstentions : –

La M 3064 est refusée.

Conclusions

Au terme de ses travaux, la majorité de la commission de l'économie constate que, malgré la pertinence des constats sur la fragilisation du paysage médiatique genevois, le projet de loi et la motion soulèvent plusieurs objections majeures.

Les réserves suivantes ont été exprimées :

- **Modèle économique incertain** : Le projet repose sur une fondation publique dotée d'un capital initial de 10 millions de francs, sans garantie de pérennité ni projection claire sur la durée de viabilité. Le risque d'une dépendance financière prolongée est jugé important.
- **Dépendance à l'Etat** : Le financement exclusivement public de la fondation soulève des inquiétudes quant à l'indépendance éditoriale des médias soutenus. Avec le risque d'une possible ingérence ou une perte de pluralité.
- **Critères d'éligibilité trop restrictifs** : L'exclusion des médias versant des dividendes ou bénéficiant de la redevance radio-TV limite fortement le champ des bénéficiaires, sans garantir une réelle diversité.
- **Absence de transformation structurelle** : Le projet est perçu comme une réponse ponctuelle à une crise conjoncturelle, sans stratégie d'adaptation aux mutations numériques ni incitation à l'innovation.
- **Risque de distorsion de concurrence** : Le soutien ciblé à certains médias pourrait déséquilibrer le marché, en favorisant artificiellement des acteurs au détriment d'initiatives entrepreneuriales.
- **Préférence pour des modèles fédéraux** : Plusieurs groupes ont exprimé leur préférence pour des solutions fédérales avec des financements pluriels, plutôt qu'un dispositif cantonal unilatéral.
- **Motion jugée trop imprécise** : Les invites de la motion, notamment le rachat de titres à fonds perdu, sont jugées problématiques, tant sur le plan financier que sur celui de la gouvernance.

En conséquence, la majorité de la commission vous recommande, Mesdames et Messieurs les députés, de rejeter le projet de loi PL 13555 et de refuser la motion M 3064, estimant que les solutions proposées ne répondent pas de manière satisfaisante aux enjeux structurels du secteur médiatique genevois.

Catégorie de débat préavisée : II, 30 min



RÉPUBLIQUE ET CANTON DE
GENÈVE
GRAND CONSEIL

Commission de l'économie

19 mai 2025

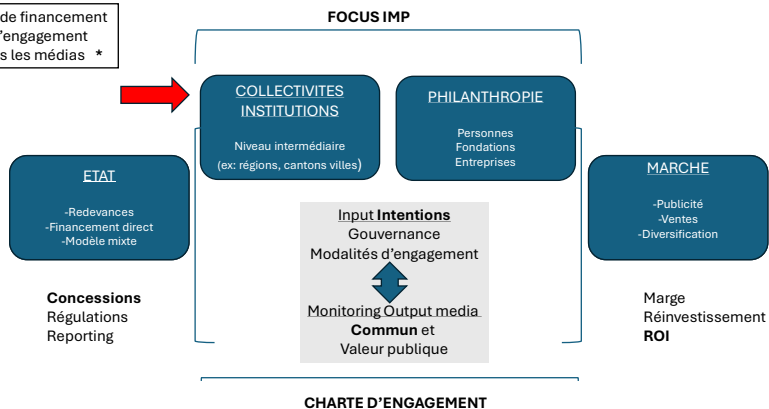
Initiative Media & Philanthropy / Les prémisses.

- ☐ La **démocratie a un besoin existentiel d'un espace médiatique fonctionnel** et durable, composé de médias multithématiques et indépendants.
- ☐ Les médias indépendants généralistes, quels que soient leurs formats (médias classiques, influenceurs, plateforme de dialogue, etc.), contribuent à la **libre formation de l'opinion**, indispensable à l'exercice des droits citoyens.
- ☐ Les médias sont considérés indépendants s'ils travaillent librement, sans subir de pression de l'actionnaire ou de l'Etat dans la production des contenus.
 - Ils assurent **une information équilibrée et vérifiée** > **IMPARTIALITE** (intention)
 - Ils garantissent **un espace de débat public** constructif > **DIALOGUE** (Qualité)
 - Ils proposent **une production culturelle ancrée**, > **ANCORAGE** (niveau)
 - Ils assurent une clarté complète sur la **gouvernance** > **TRANSPARENCE** (réalité)

Ce qu'ils délivrent est alors utile à la société (**valeur publique**).

- ☐ Face à la crise du financement, **une troisième source** se développe pour soutenir les médias utiles à valeur publique: **la philanthropie au sens large, l'engagement citoyen** (crowdfunding / micro-philanthropie) et **collectif**. La Suisse (et Genève en particulier) est un centre en matière de philanthropie

Arc de financement
et d'engagement
dans les médias *

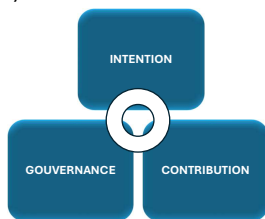


* Profit and non profit media

Geneva Center for philanthropy
Université de Genève

□ Une charte d'engagement philanthropique dans les médias – modèle type

« Le triangle du soutien » (Philanthropie, collectivités)



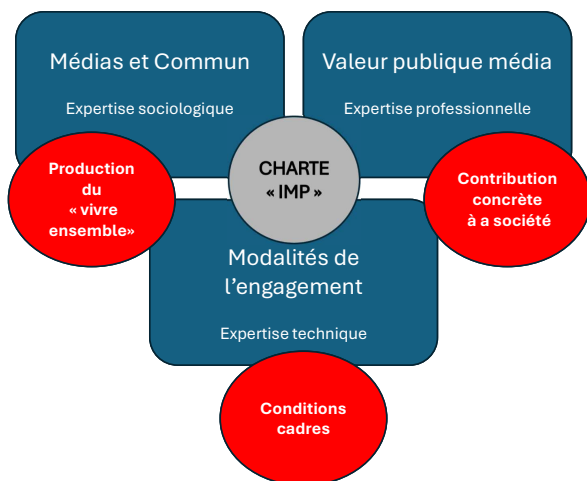
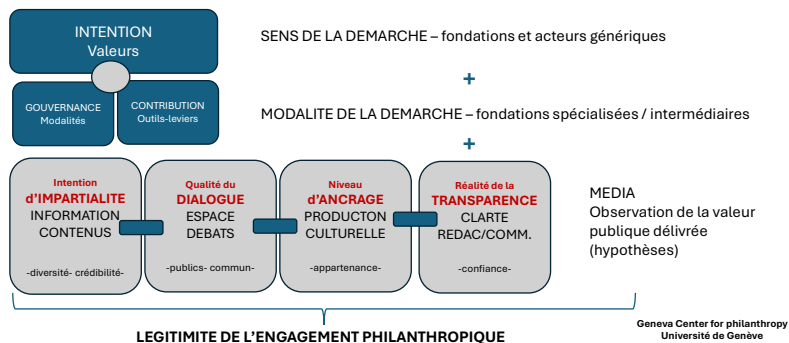
L'entité qui soutient le média doit examiner et clarifier, en amont de son intervention, ces trois dimensions.

L'entité qui soutient est comprise comme une fondation, une entreprise, une collectivité publique, une institution, un collectif d'individus, des individus.

Initiative Media & Philanthropie / (2025)

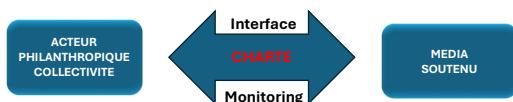
CONFIDENTIEL

☐ Une charte d'engagement



☐ Une charte d'engagement philanthropique dans les médias – modèle type

« Les règles de la relation »



La relation doit être clarifiée et actée avant l'intervention de soutien.
L'entité qui aide et l'entité qui est aidée signent un pacte 'engagement qui précise les modalités de l'interface (qui, quand, comment) et le type de monitoring attendu

Geneva Center for philanthropy
Université de Genève

COLLECTIVITES INSTITUTIONS

Niveau intermédiaire
(ex: régions, cantons)

1. Conditions cadre vs médias spécifiques ?

La politique n'évalue pas elle-même les médias -enjeu de légitimité-
La politique rend le contexte (plus) favorable

2. Soutien direct (cash out) ou réduction de charges ?

Une logique de réduction de charge pour tous ne perturbe pas
le marché de manière artificielle

3. Le bon niveau d'intervention

Ville / canton / zone linguistique ?

Geneva Center for philanthropy
Université de Genève

**COLLECTIVITES
INSTITUTIONS**

Niveau intermédiaire
(ex: régions, cantons)

COMPARAISON INTERNATIONALE ET BONNES PRATIQUES

Exonérations de taxes

Crédit d'impôts sur dons (ou abonnements)

Fonds fléchés (p.ex. information locale)

Prise en charge de coûts (stagiaires, formation, agences ...)

...

Geneva Center for philanthropy
Université de Genève

**COLLECTIVITES
INSTITUTIONS**

Niveau intermédiaire
(ex: régions, cantons)

Recommandations

1. Privilégier une intervention sur les conditions cadres plutôt que le soutien ciblé à des médias spécifiques (problème de la définition partagée des critères de choix / qualité)
2. Commander une étude comparée des bonnes pratiques à l'international, dans le domaine des actions concrètes de soutien par une collectivité publique
3. Développer une concertation avec les autres cantons pour envisager une démarche au niveau de la région linguistique (francophone)

Geneva Center for philanthropy
Université de Genève



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

CENTRE EN PHILANTHROPIE

INITIATIVE
**MÉDIA &
PHILANTHROPIE**
(IMP)



Date de dépôt : 14 octobre 2025

RAPPORT DE LA PREMIÈRE MINORITÉ

Rapport de Leonard Ferati

Sur le PL 13555

Introduction

Dans une démocratie vivante comme la nôtre, l'information constitue bien plus qu'un simple bien de consommation : elle est une condition même de l'exercice de la liberté. Le projet de loi 13555, qui propose la création d'une Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux, s'inscrit dans cette vision d'une société où le droit de savoir, de débattre et de s'exprimer repose sur un accès équitable et pluraliste à l'information.

La minorité considère que ce projet est non seulement pertinent, mais essentiel à la vitalité démocratique du canton. Dans un contexte de concentration inquiétante des médias, où la logique commerciale tend à dominer la production d'informations, la création d'une fondation publique, dotée de garde-fous solides, représente un instrument équilibré et nécessaire pour garantir la diversité, la qualité et l'indépendance des médias locaux.

Une démocratie forte exige une information accessible et pluraliste

Genève, canton à tradition civique et participative, repose sur une démocratie directe où les citoyennes et citoyens sont appelés à se prononcer plusieurs fois par année sur des objets complexes et variés. Cette densité démocratique exige que chacun puisse accéder à une information diversifiée, contextualisée et fiable. Or, les dynamiques économiques actuelles tendent à marchandiser l'information, à la concentrer entre les mains de quelques grands groupes, et à fragiliser le journalisme local.

Démarchandiser en partie l'information, c'est redonner à la presse son rôle d'intérêt public : informer pour éclairer, et non produire pour vendre. Ce projet de loi propose de replacer l'information dans le champ du bien commun, sans la soumettre à des logiques spéculatives.

Une fondation publique, indépendante et pluraliste

Certains craignent qu'une aide publique puisse menacer l'indépendance journalistique. Le texte du projet répond précisément à cette préoccupation en inscrivant dans sa gouvernance une architecture équilibrée : un tiers de spécialistes nommés par le Conseil d'Etat, un tiers de représentants de la profession issus des associations de journalistes, et un tiers de citoyennes et citoyens tirés au sort.

Cette composition mixte empêche toute mainmise politique ou corporatiste et incarne un modèle de gouvernance démocratique et participatif. Les statuts, soumis à l'approbation du Grand Conseil, garantiront que la fondation ne devienne jamais un instrument d'influence, mais reste un outil au service du pluralisme et de la liberté d'expression.

Garantir la diversité locale dans un contexte de concentration médiatique

La situation du paysage médiatique genevois et romand est alarmante : fusions, disparitions de titres, précarisation du métier et affaiblissement de la couverture locale. Ces transformations compromettent directement la pluralité des opinions et la qualité de l'information à laquelle les citoyennes et citoyens ont droit.

La création d'une fondation publique de soutien aux médias locaux ne vise pas à interférer dans la ligne éditoriale des journaux, mais à soutenir les structures qui produisent une information d'intérêt général, respectueuse de la déontologie journalistique. Ce modèle existe déjà dans d'autres domaines essentiels, comme la culture, la recherche ou la création artistique, sans jamais avoir porté atteinte à la liberté des acteurs soutenus.

Un investissement pour la démocratie, pas une dépense

Soutenir la diversité médiatique n'est pas une charge, mais un investissement. Une information libre, critique et indépendante contribue à la cohésion sociale, au débat public et à la confiance envers les institutions. La crise de la presse, aggravée par la logique du tout numérique et la captation des revenus publicitaires par les plateformes internationales, impose une réponse publique innovante.

La fondation proposée dans ce projet de loi n'a pas vocation à remplacer le marché, mais à corriger ses défaillances. Elle permettra d'encourager la création de nouveaux médias locaux, de soutenir le contenu rédactionnel de qualité et de renforcer la démocratie participative en garantissant un pluralisme réel de l'information.

Une structure adaptée à Genève

Genève, ville internationale et dépositaire du droit humanitaire, doit être à la hauteur de sa réputation. La défense du pluralisme médiatique y prend une résonance particulière. Dans une cité où l'on débat des droits humains et des libertés fondamentales, il est cohérent d'agir localement pour préserver la diversité de l'information et l'accès à des sources indépendantes.

Cette fondation, par son fonctionnement transparent, sa gouvernance équilibrée et son ancrage local, constitue un outil moderne et légitime au service d'une démocratie vivante, éclairée et participative.

Conclusion

La minorité estime que la création d'une Fondation genevoise pour la diversité des médias locaux est un projet utile, mesuré et profondément démocratique. Il ne s'agit ni d'un acte symbolique ni d'une aide sectorielle, mais d'une véritable politique publique en faveur de la qualité du débat citoyen.

Dans un contexte où les logiques économiques tendent à uniformiser les sources d'information, Genève a la responsabilité d'ouvrir une voie : celle d'une démocratie qui reconnaît que l'accès à une information pluraliste, libre et critique est un droit fondamental, et non un privilège de marché.

Pour toutes ces raisons, la minorité invite le Grand Conseil à adopter le projet de loi 13555.

Sur la M 3064

Introduction

La minorité soutient résolument la motion M 3064, qui propose un ensemble de mesures concrètes pour garantir la survie et la vitalité de la presse locale genevoise. Dans une démocratie comme la nôtre, où le vote populaire s'exerce plusieurs fois par an sur des objets complexes, l'accès à une information libre, diversifiée et ancrée localement constitue un besoin vital pour la qualité du débat public.

Or, la situation actuelle des médias romands et genevois est alarmante : fermetures, restructurations, délocalisations, précarisation du métier, disparition progressive de la couverture locale. Ce déclin n'est pas seulement économique, il est politique au sens noble du terme : il menace directement la

capacité de la population à comprendre, à débattre et à décider en connaissance de cause.

L'information locale, un bien commun à préserver

L'information ne peut être considérée comme une marchandise soumise aux seules logiques du rendement. Elle est un service public au sens large, un instrument de la démocratie et de la cohésion sociale. En ce sens, la motion M 3064 vise à dé marchandiser partiellement l'information pour la replacer dans le champ du bien commun.

Les données présentées dans la motion sont claires : le lectorat des journaux genevois augmente, mais les effectifs rédactionnels diminuent et les profits sont captés par des actionnaires éloignés des réalités locales. Les journalistes, eux, voient leurs conditions de travail se détériorer, alors même que leur rôle dans la formation de l'opinion publique devient crucial à l'ère des fake news et de l'intelligence artificielle.

Face à ce paradoxe, il revient à l'Etat d'assumer une part de responsabilité pour préserver un écosystème médiatique pluraliste et durable, sans interférer dans la ligne éditoriale des rédactions.

Des mesures équilibrées et pragmatiques

La motion ne se limite pas à une seule mesure : elle trace une feuille de route cohérente pour une politique publique de soutien aux médias locaux.

Elle demande notamment :

- la création d'une fondation en faveur de la presse genevoise, ouverte à d'autres contributeurs, pour soutenir la création et l'exploitation de médias basés à Genève ;
- un soutien financier de l'Etat, non pas pour subventionner des opinions, mais pour garantir des conditions d'existence viables et transparentes ;
- une aide au rachat de titres locaux menacés, afin de préserver des journaux d'intérêt public lorsque leur survie dépend d'un changement de propriétaire ;
- l'encouragement à la diversité médiatique, pour éviter la concentration et stimuler la pluralité des voix ;
- le développement de contrats de prestations avec plusieurs médias locaux, gérés de manière coordonnée entre départements, tout en garantissant l'indépendance rédactionnelle ;

- un soutien à la formation journalistique, en prenant en charge une partie du financement des stages dans les rédactions.

Ces propositions, loin d'instaurer une dépendance, visent à stabiliser un secteur fragilisé et à préparer l'avenir de la presse genevoise sur des bases éthiques et démocratiques solides.

Un modèle cohérent avec les valeurs genevoises

Genève, siège du droit humanitaire et de nombreuses organisations internationales, se doit d'être exemplaire dans la défense de la liberté de la presse. La pluralité médiatique locale n'est pas un luxe : c'est le prolongement naturel de la vocation internationale et démocratique du canton.

Cette motion ne cherche pas à politiser les médias, mais à leur redonner les moyens de leur indépendance. Elle met en avant la responsabilité collective de préserver une presse libre, diversifiée et ancrée dans le territoire.

La minorité considère qu'il ne s'agit pas d'un texte corporatiste, mais d'un acte de lucidité démocratique : lorsque les structures privées échouent à garantir la diversité et la pérennité du journalisme, il appartient à la collectivité de créer un cadre de sauvegarde, à la fois souple et respectueux des libertés.

Conclusion

La motion M 3064 exprime un choix de société : celui d'une démocratie vivante qui reconnaît que la liberté de la presse ne peut exister sans les conditions matérielles de son exercice. Elle ne propose ni une nationalisation ni une subvention aveugle, mais un ensemble d'outils pour que la presse genevoise puisse continuer à informer, à enquêter et à relier la population à ses institutions.

Dans un monde saturé d'informations, mais appauvri en journalisme, soutenir les médias locaux, c'est investir dans la qualité du débat citoyen et dans la confiance envers nos institutions.

Pour toutes ces raisons, la minorité invite le Grand Conseil à adopter la proposition de motion M 3064.

Date de dépôt : 4 novembre 2025

RAPPORT DE LA SECONDE MINORITÉ

Rapport de Angèle-Marie Habiyakare

L'information locale constitue l'un des fondements de notre démocratie. Sans journalistes présents sur le terrain, notre compréhension de la vie quotidienne s'affaiblit : décisions politiques, enjeux sociaux, mouvements économiques, culturels et plusieurs autres sujets perdent en lisibilité. Or, ce qui semblait aller de soi il y a encore quelques années est aujourd'hui fragilisé. Les restructurations successives au sein de grands groupes de presse, souvent accompagnées de suppression de postes et de mutualisation des contenus, menacent la capacité des rédactions genevoises à assurer leur mission.

Cette fragilisation n'est pas récente. Déjà en 2019, la Commission fédérale des médias (COFEM) alertait sur la difficulté croissante pour le public de distinguer contenus journalistiques et messages dictés par des intérêts privés. Elle soulignait que le modèle de financement exclusivement commercial ne suffit plus à préserver un journalisme indépendant et diversifié. Les phénomènes récents de concentration confirment cette tendance, en réduisant la place accordée aux enquêtes locales et en augmentant la pression sur les équipes restantes.

Ces inquiétudes ont été relayées sur le plan politique plusieurs fois. Plusieurs résolutions adoptées par notre parlement face à la situation alarmante du *Courrier* et de la *Tribune de Genève* notamment pour Genève, témoignent d'une préoccupation transpartisane. Mais qu'en avons-nous tiré réellement, mis à part le constat alarmant d'une crise médiatique générale ? Ces interventions ponctuelles ne suffisent plus, il convient désormais de mettre en place des mécanismes pérennes.

A titre d'exemple, la *Tribune de Genève*, lors de sa dernière restructuration a perdu :

Rubrique	Perte en postes	Perte en taux de travail
Genève	3	280%
Sport Genève	1	100%
Culture	5	400%
Photo	1	50%
Informatique à Genève et Lausanne	1	80%

Nous pouvons constater que la majorité des postes supprimés sont des postes qui couvrent l'actualité typiquement locale, perte que nulle autre équipe ne peut combler. Pour connaître le terreau local, il faut parfois plusieurs années à s'y familiariser.

Face à ce constat, la création d'une fondation dédiée apparaît comme une solution structurante. Elle permettrait de stabiliser le fonctionnement des médias locaux, d'accompagner la transition numérique et de soutenir l'émergence de nouveaux projets éditoriaux genevois, tout en rassemblant des partenaires publics et privés. Il est essentiel de souligner que cette impulsion doit en partie venir de l'Etat du fait que l'information est d'intérêt public. Nous ne pouvons pas renier le fait que beaucoup de nos sources dans nos textes parlementaires viennent en grande majorité de ce que nous lisons et écoutons dans les médias. Ces sources sont un appui pour crédibiliser nos propos et nos propositions. Tout ceci montre l'importance de l'accès à une information indépendante qui relève de l'utilité publique, et ne peut dépendre exclusivement de logiques de marché.

Entre la fin des travaux en commission de ces textes et le dépôt de ce rapport, une charte académique¹ publiée par le Centre en philanthropie de l'Université de Genève est venue renforcer cette orientation, qui souligne que, face à la mutation économique du secteur, l'engagement philanthropique constitue une voie complémentaire pouvant soutenir la résilience médiatique, à condition d'être pensé dans un cadre clair et qu'il pourrait être un complément à une participation publique suivant cette même charte. Ce rapport

¹ « Pour une charte de l'engagement philanthropique dans les médias », Initiative média et philanthropie du Centre philanthropique de l'Université de Genève, septembre 2025, Gilles Marchand, D^{re} Manon Plegat, François Besencon, Claude-Yves Robin :

https://www.unige.ch/philanthropie/application/files/6717/5973/4252/GCP_IMP_Charte_engagement_philanthropique_dans_les_medias_Sept_2025.pdf

insiste notamment sur l'importance d'une gouvernance garantissant l'indépendance éditoriale, la transparence des contributions et la diversité des voix. Les valeurs publiques que le rapport identifie, c'est-à-dire la pluralité, l'ancrage territorial et la capacité de médiation du débat public, rejoignent précisément les objectifs poursuivis par la motion. Elles prouvent que des outils de soutien publics bien conçus renforcent la presse et plus largement les médias, tout en protégeant leur autonomie.

D'autres collectivités publiques ont déjà prouvé l'efficacité d'un soutien public structuré. C'est cette initiative qui a permis par exemple de sortir le Journal de Morges, qui appartenait à Tamedia, de l'avenir similaire qui se profile pour la Tribune de Genève. Des collectivités publiques ont soutenu financièrement le rachat pour une autonomie du Journal de Morges.

La question que nous pouvons nous poser également est l'avenir de la formation dans les métiers liés à la presse. La formation constitue un enjeu central. Aujourd'hui, les rédactions financent des cursus de stages. Un soutien cantonal ciblé permettrait de consolider la transmission du savoir des métiers de l'information.

Cette motion ne vise pas à uniformiser les opinions, mais au contraire à encourager la diversité des lignes éditoriales, la création de nouveaux formats et l'existence de pluralismes locaux. A l'heure où la désinformation numérique, les contenus automatisés et les fake news brouillent les repères, la présence de journalistes formés, capables de contextualiser, devient plus nécessaire que jamais.

Pour conclure, le paysage médiatique genevois se trouve aujourd'hui à un tournant. L'information n'est pas un bien de consommation ordinaire. L'action publique sera-t-elle passive ou active face à ce constat ? L'érosion des effectifs, la concentration des contenus et l'absence de modèles économiques adaptés menacent une fonction essentielle qui est tout simplement d'informer rigoureusement la population. Les recommandations de la COFEM et, désormais, des analyses académiques récentes convergent toutes vers un soutien public encadré, complété par d'autres contributions complémentaires qui sont devenues indispensables. La motion propose une réponse mesurée, cohérente et structurée. Elle demande la création d'une fondation impulsée par l'Etat, l'encouragement de la diversité, le soutien à la formation et le développement de prestations publiques transparentes. Ces outils sont au bénéfice de la démocratie locale. Pour ces raisons, je vous invite à soutenir ce projet de loi et cette motion.