

Date de dépôt : 8 janvier 2019

Rapport

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

- a) PL 12307-A** **Projet de loi de M^{mes} et MM. Caroline Marti, Thomas Wenger, Roger Deneys, Salima Moyard, Nicole Valiquer Grecuccio, Christian Frey, Isabelle Brunier, Romain de Sainte Marie, Irène Buche, Guy Mettan, Magali Orsini, Jocelyne Haller, Alberto Velasco, Cyril Mizrahi sur la Fondation genevoise pour la diversité des médias écrits**
- b) M 2411-C** **Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil sur la motion de M^{mes} et MM. Guy Mettan, Anne Marie von Arx-Vernon, Jean-Luc Forni, Jean-Marc Guinchard, Bertrand Buchs, Salika Wenger, Magali Orsini, Christian Frey, François Lance, Pierre Vanek, Nicole Valiquer Grecuccio pour une presse locale forte et indépendante**
- b) M 2444-B** **Rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil sur la motion de M^{mes} et MM. Romain de Sainte Marie, Nicole Valiquer Grecuccio, Roger Deneys, Thomas Wenger, Cyril Mizrahi, Jean-Charles Rielle, Isabelle Brunier, Lydia Schneider Hausser, Christian Frey, Jean Batou, Jocelyne Haller, Guy Mettan, Pierre Vanek, Caroline Marti, Irène Buche, François Lefort, Boris Calame, Christian Zaugg, Marie-Thérèse Engelberts pour le maintien de l'emploi et des prestations de l'ATS**

Rapport de majorité de M. André Pfeffer (page 1)

Rapport de minorité de M. Romain de Sainte Marie sur le PL 12307 (page 114)

Rapport de minorité de M. Thomas Wenger sur les motions (page 154)

RAPPORT DE LA MAJORITÉ

Rapport de M. André Pfeffer

Mesdames et
Messieurs les députés,

La commission de l'économie a consacré 9 séances (séances des 30.10.2017, 17.9.2018, 24.9.2018, 1.10.2018, 8.10.2018, 15.10.2018, 29.10.2018, 5.11.2018 et 12.11.2018) à traiter de ce projet de loi sous la présidence de M^{me} Jocelyne Haller.

Les procès-verbaux ont été tenus avec exactitude par M^{me} Maëlle Guitton et M. Aurélien Krause à qui je tiens à adresser mes remerciements, au nom de tous les membres de la commission.

Présentation du PL 12307 sur la fondation Genevoise pour la diversité des médias écrits par M^{me} Caroline Marti, 1^{re} signataire

M^{me} Marti indique qu'elle ne va pas s'étendre plus qu'il n'en faut sur la question de l'importance de la presse écrite pour la libre formation de l'opinion et pour la démocratie dans son ensemble car on est tous et toutes conscients de ces enjeux. Elle explique néanmoins que, de cette constatation, on peut retirer le fait que l'information que la presse produit est un bien public. En ce sens, un rapport de la commission fédérale pour les médias (COFEM) nous indique que « ... les contenus des médias se distinguent des produits et des services offerts dans les autres branches. La production de contenus ne vise pas seulement à établir un rapport d'échange entre un émetteur et un récepteur ; elle peut aussi avoir une importance – ou une conséquence – sociale immédiate (...). En informant de manière approfondie et détaillée, et en exprimant des opinions fondées, les médias enrichissent de leurs réflexions non seulement les destinataires immédiats, mais aussi leur environnement social ainsi qu'une partie de l'opinion publique. Dans une démocratie, les médias façonnent de manière décisive la pluralité des informations et des opinions et créent des biens d'intérêts publics ».

On se retrouve donc dans une situation avec une double nécessité. Il s'agit tout d'abord de préserver la diversité de l'information et donc la pluralité des médias. Et ensuite, de maintenir une couverture locale de l'information

puisque l'ensemble des débats démocratiques ne se déroulent pas seulement au niveau national ou régional mais aussi au niveau local.

Elle rappelle que nous assistons aujourd'hui à une réduction du paysage médiatique avec la fermeture et la fusion de titres de presse. Il y a quelques années, nous avons vécu la fermeture du journal La Suisse ainsi que la fusion du Journal de Genève et du Nouveau Quotidien pour former Le Temps. Plus récemment, nous avons vécu la fermeture de L'Hebdo et la fermeture partielle de certaines rubriques de la rédaction de la Tribune de Genève et du 24 Heures. Et finalement, depuis le dépôt de ce PL, nous avons vécu la suppression du *Matin Orange* dans sa version papier.

Elle explique que cette réduction du paysage médiatique et ces annonces de réduction et de fermeture de titres ont suscité de nombreuses réactions politiques. Ainsi, il a été soumis au Grand Conseil plusieurs objets parlementaires, notamment des résolutions pour condamner ces différentes décisions. Il y en a aussi eu dans d'autres cantons, notamment dans le canton de Vaud. Au niveau fédéral, ce processus a également suscité des réactions puisque le rapport de la COFEM a relevé une transformation et une concentration du paysage médiatique qui ont « entraîné diverses mesures d'économies qui se répercutent dorénavant sur les rédactions. Avec à la clé, des suppressions d'emplois, une dégradation des conditions de travail et une perte de qualité ».

Elle précise que les parlementaires fédéraux ne sont pas restés muets sur cette question puisque plusieurs objets parlementaires ont été soumis au parlement et au Conseil fédéral. Le Conseil fédéral, dans une réponse à un postulat du conseiller national Hans-Jürg Fehr, a d'ailleurs relevé que « vu les problèmes financiers et la diminution des ressources journalistiques des titres en abonnement, il faut se demander si les événements intérieurs et extérieurs importants pourront être suffisamment couverts à l'avenir ».

Elle explique qu'on se trouve dans une situation de prise de conscience de la problématique mais qu'il faut maintenant apporter des réponses concrètes. Elle explique que cette problématique est principalement liée au financement de la création de l'information et de la production de contenu. Aujourd'hui, on observe très clairement une diminution des recettes liées à la publicité ainsi que des problèmes qui ont trait à la numérisation des titres et à l'apparition des journaux gratuits.

A travers ce PL, elle explique qu'elle a essayé de mettre en lumière les **différentes sources de financement** dont peut bénéficier la production de contenu et d'information. Il s'agit du **financement par le lectorat, par la publicité, par le mécénat et par une aide publique**. Ces différentes sources

de financement offrent certaines opportunités mais posent aussi certains écueils.

Elle explique que le financement par le lectorat a passablement d'attraits car il permet aux médias de rester indépendant. On relève néanmoins des difficultés à monétariser les contenus qui sont mis en ligne. Selon la COFEM, « les innombrables offres internet non payantes et les journaux gratuits ont instauré une « culture du gratuit ». Les entreprises de médias ayant mis dans un premier temps des contenus à disposition gratuitement, il leur est difficile de revenir en arrière avec des offres en ligne payantes. Les nouvelles plateformes internet offrent certes des possibilités des diffusions étendues, mais elles accroissent aussi la concurrence. Le public est peu conscient du rapport prix-prestations des produits journalistiques. L'émergence de l'internet et des journaux gratuits vient renforcer l'impression que les informations et les opinions peuvent être obtenues gratuitement et en abondance ».

Elle indique ensuite que le financement par le lectorat a un autre écueil. Etant donné que la majorité des contenus sont accessibles en ligne et que les plateformes et les sites internet des médias permettent de savoir en tout temps quels sont les articles et les types d'information qui emportent le plus de succès auprès du lectorat, il y a un risque que les médias se focalisent seulement sur les contenus les plus vendeurs en passant potentiellement à côté d'autres contenus qui pourraient être d'intérêt public.

Concernant le financement par la publicité, elle explique qu'on assiste à une chute drastique des recettes publicitaires pour les médias, et notamment la presse écrite, puisqu'il y a eu 40% de diminution des revenus liés à la publicité entre 2011 et 2016. On constate également que la publicité sur les sites internet des médias migre vers d'autres supports comme les réseaux sociaux, les plateformes de partage de vidéos et les moteurs de recherche. Ces plateformes permettent de transmettre l'information sans la produire. Ces supports ne subissent donc pas les coûts de production de l'information mais retirent les bénéfices liés à la publicité.

Concernant le financement par le mécénat, elle explique que certains médias se tournent vers des mécènes pour combler leur déficit de financement. Il y a donc une vraie problématique de l'indépendance des médias vis-à-vis de ces mécènes. Il ne faut pas oublier que les médias et les journaux écrits sont des objets d'influence et qu'il existe un réel risque de voir ces mécènes acquérir des titres de presse dans le but de servir leurs intérêts politiques ou économiques.

C'est au regard de ces différents écueils que les auteurs du PL en sont arrivés à la proposition d'un financement par aide étatique. Elle considère que

cette proposition comprend certains écueils mais qu'il y a une réelle nécessité de maintenir une distance et une indépendance des médias vis-à-vis de l'Etat. Néanmoins, si on part du principe qu'une information de qualité et diversifiée est un bien public alors cela peut justifier l'intervention de l'Etat pour assurer son existence et le fait que ce type d'informations puissent perdurer.

Concernant la **situation actuelle**, elle explique que **les aides publiques à la presse sont essentiellement indirectes**. Au niveau fédéral, il s'agit **d'une diminution du taux de TVA pour les médias et une aide à la diffusion par le biais de tarifs postaux préférentiels**. Or, force est de constater que ces formules ne sont pas suffisantes vu la fermeture et la réduction des titres actuelles. C'est d'ailleurs ce que reconnaît le Conseil fédéral dans sa réponse au postulat FEHR en disant que « l'analyse identifie des tendances potentiellement problématiques à moyen et long terme en ce qui concerne la diversité et la qualité des médias » mais il choisit de « miser sur la responsabilité des médias et les capacités d'autorégulation des médias ».

Cela signifie que le Conseil fédéral reconnaît le problème mais qu'il refuse d'y apporter une réponse alors que la commission fédérale pour les médias considère « qu'un changement fondamental (se produit) dans le domaine des médias, avec à la clé une crise de financement du journalisme d'information. Le défi doit être relevé non seulement par les entreprises de médias et l'ensemble de la branche mais aussi par les décideurs politiques ». C'est d'ailleurs dans ce même rapport que la COFEM évoque la possibilité de mettre en place une fondation.

La fondation, c'est justement l'objet de ce PL. Elle explique que l'idée est de créer une fondation qui aurait pour but de favoriser la diversité des médias écrits, qu'ils soient diffusés en ligne ou sous format papier. Cette fondation aurait deux buts principaux. Elle viserait tout d'abord à soutenir la création de nouveaux médias pour essayer d'élargir le paysage médiatique qui s'est restreint ces dernières années. Elle viserait ensuite à soutenir la production de contenu rédactionnel puisque les médias actuels ont de la peine à trouver les financements nécessaires.

Elle précise qu'il s'agirait d'une **fondation de droit public, sans but lucratif et déclarée d'utilité publique**. **Le conseil d'administration serait administré de 1/3 de spécialistes du domaine des médias nommés par le Conseil d'Etat, de 1/3 de représentants de la profession nommés par les associations professionnelles et de 1/3 du lectorat**. Elle explique que l'idée est d'effectuer **un tirage au sort parmi les citoyens intéressés afin de représenter le lectorat**.

Elle explique ensuite qu'ils ont dû **mettre en place des critères pour que l'aide soit véritablement ciblée sur les types de médias qui en ont véritablement besoin** et qui répondent à un besoin d'intérêt général. Tout d'abord, **il devra s'agir de médias et de titres sans but lucratif**. Etant donné qu'il s'agit d'une aide financière de l'Etat, il paraît peu approprié de soutenir des titres qui reversent des bonus à leurs actionnaires. Elle rappelle que le but de la fondation est de soutenir la production de contenu et d'information et pas d'enrichir les actionnaires de certains groupes de presse.

Il faudrait ensuite que ce soit **des médias généralistes et qu'ils aient signé les règles déontologiques du journalisme**. Ces titres devront par ailleurs être indépendants de toute entité privée ou publique.

Les médias **devront avoir, en principe, leur siège à Genève**. Elle rappelle que le but du PL est de soutenir une presse locale. Elle explique que, comme il y a une problématique de fusion de titres et de titres qui recoupent une région géographique de plus en plus vaste, il y a un intérêt à maintenir une presse locale. Elle précise néanmoins que la locution « en principe » permettrait éventuellement à des médias qui sont dans la proche périphérie de Genève de pouvoir bénéficier de l'aide.

Les titres devront respecter les conditions de travail en usage dans la branche et devront par ailleurs tirer une partie de leurs recettes d'abonnements ou de ventes à l'unité à Genève. L'idée étant **d'exclure les médias gratuits car ils créent une concurrence aux médias payants. L'objectif n'est pas de financer et de soutenir des catalogues de publicité. Pour finir, la part rédactionnelle devra comprendre au moins 75% de l'ensemble de la publication**.

Elle indique ensuite qu'il y **aura deux types de soutiens financiers** ; une aide à **la création de titres et à l'investissement et une aide à la production de contenu rédactionnel** avec certains critères à respecter. Elle précise que l'aide à la création de titres ne doit pas dépasser 40% de la création puisque l'objectif n'est pas de créer des médias publics. Il en va de même de l'aide à la production qui doit représenter une aide de 20% des coûts de la production.

Concernant le fonctionnement financier de cette fondation, elle explique que **la fondation sera dotée d'un capital de 10 000 000 F** qui sera utilisé et géré par le conseil de fondation. Une fois **ce capital écoulé, il y aura une possibilité, sur demande de la fondation, de le renouveler**. Une subvention annuelle sera également accordée à la fondation pour qu'elle puisse fonctionner. Il s'agira d'une subvention destinée uniquement au fonctionnement de la fondation et pas une subvention destinée à être reversée aux titres de presse.

L'idée, afin de délimiter le public et les médias et de ne pas avoir d'interférence entre eux, serait de ne pas avoir une subvention directe de l'Etat vers différents médias mais de passer par la fondation. La fondation sera ensuite totalement autonome dans la manière de gérer les fonds et d'attribuer les différents types de subventions aux médias.

Présentation de la M 2411 pour une presse locale forte et indépendante par M. Guy Mettan, 1^{er} signataire.

M. Mettan indique qu'il **a été auditionné il y a environ un an sur le même texte** (30.10.2017). Il ne va donc pas rajouter grand chose par rapport à la fois passée. Il déclare néanmoins qu'il est très content que le Grand Conseil ait renvoyé cette motion devant la commission de l'économie puisqu'il apparaît, qu'après une année d'expérience, ce qui a été dit est devenu effectif.

Il explique qu'à l'époque **on craignait le déplacement du centre de décision rédactionnel de Genève à Lausanne**. Il précise que le rédacteur en chef qui s'était opposé à ce déplacement a été viré de sa place il y a 15 jours. Donc au fond, les pronostics qu'on pouvait faire l'année dernière sont pratiquement tous réalisés. Il précise que cela ne concerne pas seulement la **Tribune de Genève car Le Matin a disparu le 17 juillet dernier** et que **d'autres titres sont aussi menacés**. Il y a donc un danger de disparition pure et simple de la presse écrite.

Il rappelle qu'à l'époque, il avait accepté de retirer les deux dernières invites de la motion. Il explique que ces deux invites visaient à créer un fonds de soutien. Cette proposition a été enlevée au profit de l'unanimité de décision de la commission. C'était une solution à laquelle on pouvait se rallier à l'époque pour montrer que le parlement soutenait la démarche. Il considère néanmoins qu'il faut maintenant passer à une autre étape et rajouter une invite qui permette de donner un peu de griffe à la commission.

Il remarque que la création d'un fonds pose certains problèmes mais qu'il existe d'autres solutions. Il indique que **M. Maudet a par exemple proposé fin août de créer une plateforme** afin de soutenir la presse. Il précise que cette idée n'a pas encore de matérialité. Cela vaudrait néanmoins la peine d'auditionner M. Maudet afin de déterminer la matérialité et la faisabilité de ce projet.

Il indique ensuite que, si on ne veut pas suivre la piste du fonds de soutien, on pourrait éventuellement rajouter une invite visant à introduire **une déduction fiscale pour toutes les jeunes familles entre 25 et 35 ans afin de les inciter à s'abonner à des journaux**. L'idée serait de redonner le goût de

lire et de favoriser l'accès aux jeunes à l'abonnement d'un journal. Il considère que ce soutien pourrait être intéressant.

Il propose également à la commission d'auditionner des rédacteurs en chef et non pas des éditeurs. Il explique que le discours des éditeurs est différent des rédacteurs en chef. Les rédacteurs en chef sont confrontés à la dure réalité des choses et connaissent bien le fonctionnement de leurs titres. Ils peuvent donc répondre à des questions concrètes sur la concurrence entre médias. Il considère par ailleurs que les éditeurs ont des réponses déjà toutes faites qui ne permettent pas de tirer des conclusions utiles. Il estime en outre qu'il n'est d'aucune nécessité d'aider les éditeurs qui font des dizaines de milliers de francs de bénéfice. Il propose à la commission d'auditionner M. Michel Jeanneret, rédacteur en charge de L'illustré. Il explique que M. Jeanneret pourrait donner des informations sur le fonctionnement des titres et qu'il serait prêt à fournir des informations concrètes et confidentielles qui permettraient de mieux comprendre ce qu'il se passe actuellement afin de trouver des pistes pour soutenir les médias. Il termine en déclarant que L'illustré est un des rares magazines à faire encore du profit.

Un commissaire S remarque qu'il faudrait réintroduire les deux invites initiales sinon on risque d'avoir une motion qui ne servirait pas à grand chose. Il pense par ailleurs qu'il serait pertinent d'auditionner les responsables du groupe Tamedia et plus particulièrement M^{me} Ariane Dayer, rédactrice en chef et M. Serge Reymond, directeur de Tamedia. Il rappelle qu'ils avaient ouvertement menti à la commission lors de la précédente rencontre. Il considère que cela ne leur ferait pas de mal de venir en commission de l'économie afin d'assumer ce qu'ils ont dit.

M. Mettan répond qu'il n'était pas là lors de leur audition et qu'il ne sait donc pas s'ils ont effectivement menti. Il serait de toute manière intéressant de les auditionner. Il serait par ailleurs bien d'entendre des rédacteurs en chef. Il propose que la commission auditionne M. Rüttschi qui a plus de liberté de parole. Il rappelle que les gens n'osent pas trop parler car ils jouent leur tête. Il serait vraiment intéressant d'entendre des responsables qui sont prêts à parler. Concernant les invites, il précise qu'il ne peut rien faire puisque la motion a été renvoyée telle quelle à la commission.

Le commissaire S lit la 4^e invite de la M 2411 qui visait « à étudier la création d'un fonds de soutien public-privé en faveur d'une presse écrite, radiophonique, télévisuelle locale forte et indépendant ». Il demande plus de précision sur cela.

M. Mettan répond qu'à ce stade il n'a pas grand chose à rajouter car on n'en est qu'au début du processus. Il explique que l'idée de créer un fonds de

soutien public-privé avait été évoquée dans le milieu journalistique de l'époque. Il précise qu'il y a également une initiative qui avait été faite à Neuchâtel dans ce sens là. Il considère néanmoins que ce n'est pas tellement cette invite qu'il faut retenir. Il propose de mettre en place quelque chose de plus concret. Il précise qu'il n'a pas approfondi cette invite en particulier. Il propose de poser ce genre de questions directement aux représentants de la presse. Il termine en déclarant que ces questions sont délicates car elles font intervenir la liberté de la presse, la liberté du consommateur et la liberté du commerce. On interfère donc avec beaucoup de libertés qui peuvent se contredire. Il y a par ailleurs des questions budgétaires qui viennent se greffer à cela ainsi que le fait qu'il ne faille pas favoriser un concurrent par rapport à un autre. Ce sont pour toutes ces raisons qu'il est si difficile d'entrer en matière.

Un commissaire Ve remarque qu'il s'agit surtout d'une question de liberté du prédateur. Toutes ces libertés permettent au prédateur d'être plus efficace. Il rappelle que cette problématique ne concerne pas que Genève et la Suisse puisque l'Europe a introduit une taxe GAFA de 3%. Il considère que la solution est là. Il explique que la taxe GAFA vise à essayer de récupérer une partie des bénéfiques qui partent à l'extérieur. Il demande si la Suisse a ces moyens là. Il demande si on pourrait mettre en place une taxe qui s'appliquerait à l'évasion des recettes publicitaires.

M. Mettan propose d'envoyer à la commission un papier qu'il a écrit sur cette problématique. Il indique ensuite qu'il est très heureux que le parlement européen soit entré en matière sur cette question puisqu'il s'agit d'un problème capital. Il considère néanmoins qu'une stratégie cantonale n'a aucune chance d'aboutir puisque même les pays sont désarmés face aux GAFA.

Un commissaire Ve demande si cela signifie qu'il pense qu'on ne puisse pas mettre en place une taxe.

M. Mettan acquiesce. Il explique que la seule solution serait de faire une résolution à Berne pour inciter le Conseil fédéral à suivre l'exemple européen. Il insiste sur le fait que ces discussions doivent avoir lieu au niveau national. Il termine en déclarant que pour entrer en matière sur une taxation, il faut agir au niveau national.

Le commissaire Ve reprend les invites restantes de la motion. Il remarque que ces invites sont trop gentilles et qu'elles sont périmées puisque la Tribune de Genève a été démantelée et que le Conseil d'Etat a déjà dit qu'il n'était pas content. Il rappelle que le Conseil d'Etat a écrit au groupe Tamedia pour manifester son irritation. Il demande ce qu'il en est ressorti.

M. Mettan propose de poser cette question directement au Conseil d'Etat. Il précise qu'on ne lui a pas communiqué la réponse du groupe Tamedia.

Concernant la péremption de la motion, il explique que cette motion est périmée parce que les deux dernières invites ont été gommées. Il remarque que le texte, tel qu'il est actuellement, est lacunaire. Il propose donc de rajouter des invites qui soient plus en adéquation avec les circonstances présentes.

Le commissaire Ve remarque que M. Mettan envisage seulement la procédure à appliquer. Il rappelle que la commission ne peut pas amender une motion sur laquelle on a déjà fait un rapport et sur lequel le Conseil d'Etat a répondu par un autre rapport. Il propose donc d'aller vers une autre motion. Il remarque ensuite que le projet de plateforme de M. Maudet, visant à distribuer des informations produites par d'autres producteurs d'information, ressemble fortement à une plateforme GAFA. Il demande si le fait de construire une plateforme genevoise va vraiment être l'arme anti-GAFA.

M. Mettan répond que l'idée de cette plateforme n'est pas simple. Si on regarde la structure des médias, on peut remarquer qu'il existe des médias supranationaux, nationaux et locaux. Il explique, qu'à l'heure actuelle, nous sommes dans une phase de développement capitalistique avec des grands groupes puissants mais qu'il n'est pas exclu que des plateformes organisées au niveau local puissent concurrencer ces monstres du fait de leur impact local, de leur meilleur ancrage et des intérêts communs à une population. Il rappelle que le public a pris conscience du risque que représentaient les plateformes globales et qu'il est dorénavant possible de créer des plateformes locales. Il termine en déclarant que cela vaut la peine d'explorer cette piste.

Le commissaire Ve demande à M. Mettan s'il pense réellement que les citoyens sont prêts à payer des articles qu'ils peuvent avoir gratuitement sur des sites GAFA.

M. Mettan répond qu'il y a toujours des personnes qui sont prêtes à payer pour s'abonner à un journal afin d'avoir de la bonne information. Il considère que si on peut aider, favoriser et élargir ce cercle à travers ce type de plateformes alors il faut le faire. Il faudrait aussi que cela soit concomitant au fait de contraindre les GAFA à payer des droits d'auteur.

Le commissaire Ve remarque que M. Mettan a dit qu'il n'était pas très favorable à mettre en place un fonds qui financerait des entreprises qui font des bénéfices et qui licencient des gens. Il demande comment M. Mettan compte faire puisque l'idée est de créer un fonds pour aider la presse mais que la presse c'est principalement le groupe Tamedia et le groupe Ringier et que ce sont des entreprises qui font des bénéfices et qui licencient.

M. Mettan répond que l'idée du fonds ce n'est pas de financer un éditeur en particulier. L'idée est plutôt de financer des articles qui seront ensuite

publiés sur divers supports et de financier des projets journalistiques liés au développement de l'information locale par exemple. Il précise qu'il ne s'agit pas de donner de l'argent à Tamedia ou au groupe Ringier.

Le commissaire Ve remarque que c'est un peu similaire au financement de la radio-télévision pour l'information citoyenne.

M. Mettan répond que dans ce domaine là, les choses se sont sous forme de redevance mais pas sous forme de fonds. On peut cependant imaginer un système de ce type pour les médias hors redevance.

Un commissaire S remarque que M. Mettan a dit que L'illustré était un des seuls magazines à faire encore du profit et que Le Temps était dans une situation difficile. Il remarque qu'on entend souvent dire que Le Temps est encore bénéficiaire mais que le taux de rentabilité attendu par son éditeur pose problème. Il demande si M. Mettan sait si c'est le taux de rentabilité qui est trop bas ou si ce journal perd véritablement de l'argent.

M. Mettan répond qu'il n'a pas d'information sur cela car il ne connaît pas les chiffres du Temps. Il faudrait directement leur poser la question. Il sait néanmoins, par expérience, que Le Temps n'est pas rentable. Il explique que le ratio entre les pages rédactionnelles et les pages publicitaires montre que le titre n'est plus rentable et qu'il est donc menacé à plus ou moins long terme.

Un commissaire UDC demande quelles sont les actions et les aides qui sont mises en place dans les autres cantons qui vivent la même situation que Genève. Il demande s'il existe des fonds ou quelque chose de concret dans les autres cantons.

M. Mettan répond que **tout le monde est en train de réfléchir et qu'il n'y a pas, à sa connaissance, un modèle cantonal qu'on pourrait transposer chez nous.** En revanche, dans les autres cantons, les communes et les collectivités publiques jouent plus le jeu que Genève qui est un canton ultra libéralisé. Il explique que les autres cantons diffusent des annonces à travers les colonnes de la presse ce qui n'est pas le cas chez nous. Il termine en déclarant que pour rendre un journal rentable il ne faut pas des millions de francs, il faut simplement que chacun y mette du sien.

Un commissaire PRL remarque que la discussion est d'un autre temps et qu'elle n'est pas adaptée au temps nouveau. Il insiste sur le fait que les jeunes ne lisent plus les journaux écrits et qu'ils font tout sur internet. Dans les faits, les gens ne sont plus prêts à payer des abonnements pour des journaux papier. Il demande si M. Mettan est conscient de cette évolution.

M. Mettan répond qu'il est bien conscient de cette évolution. C'est bien parce qu'il y a un problème qu'il a jugé utile de proposer une motion. Que les habitudes de lecture changent et que les jeunes lisent autre chose que des

journaux papier c'est un fait. Néanmoins, il précise que lorsqu'il parle de « titres » il ne pense pas seulement au papier. La Tribune ce n'est pas seulement un papier puisqu'elle a un site internet. Il propose d'auditionner des rédacteurs en chef sur cette problématique, notamment le rédacteur en chef de L'illustré car c'est un journal populaire qui touche tout le monde et qui couvre tous les spectres. La Tribune c'est un site internet mais qui se nourrit du journal, cela signifie que la structure des recettes du journal est encore basée sur l'abonnement.

Le commissaire PLR répond que le site internet de la Tribune ne se nourrit pas du journal mais qu'il se nourrit du 20 Minutes. Les regroupements entre le site gratuit de 20 Minutes et le site de la Tribune sont de 85 à 90%. C'est un vrai problème, personne ne veut payer les abonnements online de la Tribune car il est possible de trouver gratuitement tous les articles sur le 20 Minutes. Il demande à M. Mettan s'il reconnaît que c'est la réalité du terrain.

M. Mettan acquiesce.

Le commissaire PLR indique ensuite qu'il est très intéressé par les projets journalistiques de M. Mettan. Il rappelle qu'il y a eu dans Le Courrier les célèbres pages « solidarité » qui étaient devenues des manifestes tiers-mondialistes à tel point que cela a dû être arrêté. Il considère que c'était des publiereportages de gauche. Il demande à M. Mettan comment il voit le risque que ces articles ne soient plus indépendants.

M. Mettan répond que ces pages n'étaient pas si mal. Il considère que ces pages n'étaient pas des publiereportages comme on peut le voir trop souvent ailleurs. Il trouve qu'il est intéressant, du point de vue de la diversité de la presse en général, d'avoir des journaux comme Le Courrier qui soient de gauche. Il défend l'idée qu'une presse de gauche puisse exister. Il termine en déclarant qu'il va se battre avec sa motion pour que les titres de gauche puissent survivre.

Le commissaire PLR rappelle que l'année dernière M. Mettan l'avait interpellé sur les pages économiques qui étaient parties à Lausanne. Il remarque que ce qui reste à Genève ce sont les pages locales. Il déclare, à ce propos, que M. Marc BRETON a écrit au DIP pour demander si les enfants de M. Maudet avaient obtenu une dispense pour partir à Abou Dabi. Il demande à M. Mettan s'il considère cela comme de la presse de qualité et du journalisme d'instigation de qualité. Il propose d'insérer ce document au procès-verbal.

Un commissaire Ve considère que cela n'est pas correct. Il n'est pas possible d'utiliser le contexte de la motion pour insérer dans le procès-verbal l'extrait de M. Breton. Il propose de voter de l'insertion de ce document au procès-verbal à la fin de l'audition de M. Mettan.

Un commissaire PLR demande s'il trouve que c'est élégant ce qu'a fait M. Breton. Il considère que c'est du journalisme poubelle qui fait partie de la motion.

La présidente remarque que le commissaire PLR participe à la diffusion de l'information en voulant insérer ce document au procès-verbal.

Le commissaire PLR répond que c'est ce que beaucoup de Verts ont fait.

M. Mettan indique qu'il ne va pas répondre à cela. On peut toujours prendre la meilleure banque de la place et lui trouver des défauts. Il considère qu'on ne peut pas prendre une action controversée d'un journaliste dans un journal sur une cause particulière pour en déduire des réflexions générales.

Le commissaire PLR remarque que M. Mettan attaque toujours les banques.

M. Mettan répond qu'il n'a jamais attaqué les banques et qu'il s'interdirait d'attaquer ou de discréditer une banque parce qu'elle aurait été impliquée dans une affaire de blanchiment. Ce n'est pas parce qu'il y a une affaire que toute la banque doit être discréditée. C'est la même chose pour un journal.

Un commissaire PDC remarque qu'il y a plusieurs objets qui vont dans le sens d'une presse locale et indépendante. Il déclare qu'il est intrigué par le terme de « localité » vu la grandeur du marché. Il constate que Le Matin Dimanche cartonne et que c'est une véritable vache à lait. Il rappelle que c'est un journal suprarégional, que c'est une rédaction à part et qu'on y trouve de l'investigation et des surprises. De plus, il remarque que la Tribune de Genève du lundi reprend pratiquement tout ce qui est dit dans Le Matin Dimanche. La vraie question qu'il faut se poser, si on veut un journalisme qui soit intéressant, c'est de savoir si on a vraiment la taille critique au niveau d'un canton ou s'il ne faudrait pas élargir un peu les limites. Il demande comment on va faire pour véritablement avoir une presse locale qui soit politiquement variée.

M. Mettan répond qu'en réalité Le Matin Dimanche est en déclin puisqu'il est aussi affecté par la diminution du budget publicitaire et le transfert du lectorat de la presse papier vers les sites internet. Il explique que le but du fonds ce n'est pas d'aider les titres ou les éditeurs mais plutôt des projets. Si on tient à la diversité de la presse, qui est un gage de démocratie, on devrait critiquer la presse lorsqu'elle dérape mais aussi être attentif à une certaine diversité. Il souligne le fait qu'il y a beaucoup de journalistes indépendants qui n'ont pas les revenus suffisants pour faire des enquêtes alors qu'ils pourraient participer à cette diversité. Grâce à un fonds, ils pourraient publier sur des sites existants, ce qui permettrait de corriger le biais qu'on vient d'évoquer. Ce qui serait dangereux, ce serait d'avoir un seul titre qui s'acharnerait sur une personne. Il

termine en déclarant que c'est cette diversité qui est le gage d'un bon fonctionnement et de la démocratie. Dans ce sens là, un fonds pourrait naître.

Un commissaire EAG remarque que le véritable problème réside dans le modèle économique qui s'est développé dans le domaine des journaux et la forte dépendance à la publicité. Il rappelle qu'un des modèles qui fonctionne malgré tout c'est celui du Courrier car ils arrivent à maintenir sur le long terme une équipe de journalistes. Il demande si, au lieu de soutenir des titres et des articles, on ne devrait pas plutôt soutenir des formes d'organisation des titres comme des associations, des coopératives ou d'autres formes d'organisations à but non lucratif qui cherchent à stimuler une coopération entre les journalistes plutôt que des profits et des logiques qui sont inefficaces du point de vue des contenus.

M. Mettan acquiesce. Il répond que cela pourrait être une piste à suivre. Il donne l'exemple de MM. Tibère Adler et Serge Michel qui sont en train de développer un nouveau site qui viserait justement à mettre en place ce qui est proposé. Il pourrait s'agir d'aides à la personne ou d'aides à des groupes de personnes qui souhaiteraient développer une plateforme d'information.

Concernant Le Matin et la viabilité d'un média cantonal, il considère ce n'est pas trop tard pour faire quelque chose. Il rappelle que le canton du Valais et le canton du Tessin ont moins de moyens économiques que Genève mais qu'ils arrivent quand même à faire vivre des journaux. Il y a une véritable volonté politique de défendre les journaux du coin pour mieux faire porter la voix du canton ailleurs. Cela n'existe pas à Genève car on est trop divisé.

Le commissaire EAG remarque ensuite que la piste d'un service public de la presse n'est jamais évoquée. Il rappelle que du point de vue audiovisuel, on a un service public médiatique. Il serait donc possible de créer un service public de la presse écrite avec des journalistes. Il demande si c'est une piste que M. Mettan envisage.

M. Mettan répond qu'il défend la diversité de la presse. Comme on a déjà une forme de service public pour la radio-télévision, si on y ajoute la presse écrite se serait trop. La diversité qu'il préconise risquerait d'être menacée. Dans une démocratie comme la nôtre, c'est quand même bien d'avoir des médias privés. La diversité passe aussi par ce biais-là.

Le commissaire EAG demande si cela signifie que l'organisation en service public exclut la diversité.

M. Mettan acquiesce. Il explique que pour la presse écrite, cela ne fait pas partie des traditions. Il faudrait recréer une entité ce qui ne serait pas souhaitable du point de vue de l'effort des capitaux que cela demanderait. Il

est préférable d'avoir des choses plus ponctuelles. Le fonds paraît être une meilleure garantie d'indépendance.

Un commissaire PLR demande si tous les objets vont être liés.

La commission acquiesce.

Présentation de la M 2444-A pour le maintien de l'emploi et des prestations de l'ATS par M. Romain de Sainte Marie

M. de Sainte Marie indique que cette motion a été déposée au début de l'année 2018 suite aux annonces de l'ATS de supprimer 35-40 postes.

Il explique que l'ATS joue un rôle de distributeur de l'information générale et qu'il s'agit d'un canal de distribution qui permet aux journalistes et aux différents titres de reprendre l'actualité et de la retravailler. On peut donc considérer que l'ATS tient un rôle dans la diversité de la presse. Elle joue aussi un certain rôle en matière de cohésion nationale puisqu'elle permet une transmission des informations de manière brute au niveau national.

Il indique ensuite que la situation de l'ATS est intervenue dans une crise que connaît la presse écrite. Il explique par ailleurs que l'ATS a vécu un changement d'actionnaire puisqu'elle appartient désormais à l'agence de presse autrichienne APA qui est actionnaire majoritaire. Il n'y a donc plus d'actionnaire majoritaire suisse. Cela ne facilite pas les choses en matière de négociation et a fait perdre l'esprit de cohésion nationale.

Il rappelle que cette motion a été votée à une large majorité au niveau de la plénière du Grand Conseil. Il explique que cette motion invite le Conseil d'Etat à condamner fermement la restructuration annoncée par l'ATS, à intervenir auprès de celle-ci pour le maintien des emplois et des prestations qu'elle fournit et de voir quelles solutions il pourrait y avoir afin de maintenir la viabilité financière de l'ATS.

Il explique que, dans cette motion, on parle d'un fonds public qui aille dans le sens du maintien de la diversité de la presse. Cela ne veut cependant pas dire qu'on est dans une vision conservatrice. Il ne s'agit en effet pas de vouloir absolument maintenir une presse écrite puisqu'à l'heure actuelle, la presse est devenue numérique. Il s'agit plutôt d'élaborer des solutions grâce à des financements publics afin de maintenir la diversité nécessaire au bon fonctionnement de notre démocratie.

Il explique que la motion est revenue en commission parce que la réponse du Conseil d'Etat était trop faible et peu encourageante. En tant que pouvoir législatif, le groupe socialiste considère que le Conseil d'Etat n'a pas apporté une véritable réponse et qu'il est dommage d'en rester là et d'assister à la mort

de ce domaine qui est pourtant essentiel à la démocratie et à la cohésion nationale. Il remarque qu'à l'heure actuelle, quand on lit la Tribune, on lit la même chose qu'en lisant Le Matin, Le Matin Dimanche et Le 24 Heures. On peut donc vraiment s'interroger sur l'aspect du fédéralisme et de l'approche par canton.

Il termine en déclarant que, puisque cette motion est de retour en commission, il s'agit de donner un signal au Conseil d'Etat afin de trouver une solution pour maintenir la diversité de la presse et de ne pas rester les bras croisés.

Un commissaire PLR indique qu'il est d'accord avec le côté laconique de la réponse du Conseil d'Etat. Il remarque néanmoins que M. de Sainte Marie est passé rapidement sur l'élément intercantonal, voire national du rapport. Il considère qu'une action genevoise n'a aucun sens. Il demande à M. de Sainte Marie s'il pense que l'Etat de Genève devrait, à lui seul, devenir actionnaire de l'ATS.

M. de Sainte Marie répond que ce serait une très mauvaise idée que l'Etat de Genève devienne actionnaire majoritaire de l'ATS car ce n'est pas son rôle. Par contre, il remarque qu'au jour d'aujourd'hui, on perd complètement l'aspect cantonal. Il explique que le groupe Tamedia garde en vitrine un nom qui est cantonal alors que derrière il a rationalisé le tout. Au final, ils vendent quelque chose qui n'est plus cantonal, alors que c'est pourtant ce que souhaite le lecteur. Il déclare qu'il faut être sensible à l'aspect d'une information cantonale.

Il précise que lorsqu'on parle de l'aspect cantonal, il faut prendre en compte l'aspect de la ligne éditoriale. Il explique que, même si le canton de Vaud est juste à côté de Genève, la ligne éditoriale d'un journal vaudois n'est pas la même que celle d'un journal genevois. Genève est une ville internationale et une place financière, il y a donc différents aspects qui font qu'entre Genève et Vaud on n'a pas la même culture. La ligne éditoriale doit avoir sa propre sensibilité genevoise. C'est un maintien que le canton de Genève doit tenter d'apporter.

Il termine en déclarant que les pistes sont multiples mais qu'elles ne sont pas si évidentes puisqu'il existe de véritables questions sur la manière de financer un titre et une maison d'édition qui ferait des bénéfices majeurs. Il remarque que la solution n'est pas encore parfaitement claire mais que pour le moment le Conseil d'Etat n'a visiblement entamé aucune réflexion. C'est donc le bon moment pour la commission de faire des auditions. Il propose d'auditionner un spécialiste des médias et de l'évolution de la presse écrite pour avoir un regard international sur la question.

Le commissaire PLR remarque que M. de Sainte Marie ne répond pas à la question spécifique de l'ATS.

M. de Sainte Marie répète que ce serait une erreur que Genève devienne actionnaire majoritaire de l'ATS.

Le commissaire PLR considère que la réponse du Conseil d'Etat n'est pas totalement creuse puisqu'elle prévoit quand même que « le Conseil d'Etat poursuive ses échanges aux niveaux les plus adéquats afin de trouver les mesures pouvant s'avérer utiles pour atteindre les objectifs fixés par l'article 220 de notre constitution ». Il remarque ensuite que M. de Sainte Marie a cité la différence entre le canton de Vaud et le canton de Genève et qu'il a dit que Genève était une place financière. Il rappelle quand même que la Tribune de Genève était complètement nulle sur les questions économiques touchant à la place financière genevoise.

Un commissaire UDC remarque que M. de Sainte Marie a dit que l'éditeur ne laissera certainement pas tomber la Tribune de Genève car ce serait se tirer une balle dans le pied. Il indique qu'il est d'accord avec ce constat. Il rappelle en revanche que lorsqu'une situation va de plus en plus mal, il y a deux manières d'y remédier. La première consiste à s'adapter, évoluer et améliorer la productivité. La deuxième solution consiste à laisser la situation telle quelle et à meubler avec des subventions, des aides et autres solutions de ce type là. Il explique que la première solution permet de créer de la richesse puisqu'on maintient la société dans le marché, on s'adapte et on améliore la productivité alors que la deuxième solution crée des dettes. Ensuite, une fois que ces dettes sont devenues énormes, il n'est plus question de se tirer une balle dans le pied mais il faut liquider la chose pour des questions de survie.

M. de Sainte Marie remarque que le commissaire UDC propose deux angles d'action. Il considère qu'en réalité la solution est médiane. Il propose donc d'auditionner des experts qui pourraient donner des exemples sur ce qui se fait dans d'autres pays en matière de transition numérique afin de savoir si on peut s'en inspirer au niveau local et genevois. Cela serait intéressant afin de déterminer vers quelle transition on pourrait se diriger. Le danger serait de se retrouver avec un seul titre national. Il remarque qu'aujourd'hui on arrive à une logique de rationalisation et à un quasi-monopole de deux grands groupes. Il faut donc trouver une solution pour éviter de tomber dans cette logique de rationalisation.

Un commissaire Ve considère que la 3^e invite, qui appelle à un soutien financier public, est à poursuivre. Il estime cependant qu'il faudrait transformer cette invite en résolution au Conseil fédéral.

M. de Sainte Marie répond que cette 3^e invite doit être réfléchie. Il doit ressortir de la commission une vraie réflexion qui pourra ensuite être éventuellement envoyée à Berne sous forme d'une résolution de commission.

Le commissaire Ve indique qu'il soutiendra volontiers la transformation de la 3^e invite sous forme de résolution.

Un commissaire EAG indique qu'il ne comprend pas la différence entre la 3^e invite et l'idée d'étudier un service public de la presse. Il demande plus d'informations à ce propos.

M. de Sainte Marie répond que la 3^e invite est formulée de manière très large et qu'elle n'est pas contraignante mais que l'idée est, dans tous les cas, d'avoir un financement. Il précise qu'il ne s'agit pas de colmater les trous mais plutôt de réussir à avoir une transition qui puisse être durable et viable. Il faut faire en sorte qu'on anticipe la presse de demain et que, par des moyens publics, on arrive à faire cette transition.

Un commissaire EAG remarque qu'il y a une différence entre cette motion et la M 2411-B puisque dans cette motion on a affaire à l'ATS qui joue un rôle de cohésion nationale et pas à des journaux privés locaux. Il demande si la forme d'un service public sur l'ATS permettrait de garantir d'avoir un système qui fonctionne.

M. de Sainte Marie acquiesce. Il explique qu'on pourrait véritablement s'interroger sur un service public de type ATS puisqu'on est sur un aspect de retransmission de l'information relativement brut. Cela dépasse un peu notre canton mais ça pourrait être une vraie piste de réflexion.

Un commissaire EAG déclare, pour finir, qu'il invite le commissaire UDC à vérifier sa théorie des rapports de production. Il rappelle que la question de la création de richesse ou du coût à la société dépend du rapport de production lié au système capitaliste.

Un commissaire PLR remarque qu'il y a un problème qui concerne le bassin de lecteurs et la diversité des lecteurs sur le plan genevois. Il explique qu'à Genève, on peut diviser le bassin de lecteurs par deux car il y a la communauté internationale. Du coup, on a un bassin sur un quotidien français qui est petit, ce qui pose problème. On doit couvrir soit une activité internationale soit une presse locale.

Ensuite, concernant la 3^e invite sur l'ATS, il indique qu'il ne voit pas comment on peut s'en sortir. Le problème c'est que dès qu'un actionnaire est majoritaire, c'est lui qui donne la ligne. Dès qu'il y a une majorité du public alors la presse est orientée. Il demande comment on peut être constructif avec des invites sur l'ATS.

M. de Sainte Marie répond qu'il y a une véritable utilité de traiter cette motion dans le cadre des autres projets. Il remarque qu'il y a plusieurs objets sur la même problématique et que c'est à la commission d'apporter une réponse. Le politique doit assumer ses responsabilités pour amener des solutions dans cette crise de la presse.

Concernant l'aspect public, il rappelle qu'il y existe un service public pour la radio-télévision qui n'est absolument pas orienté et qui fonctionne bien. On pourrait donc se poser la question de savoir s'il faut un service public de la presse. Pour répondre à cette question, il propose de voir comment les choses fonctionnent ailleurs.

M^{me} Marti commence par rappeler brièvement l'objet du PL 12307 et est prête à répondre aux questions liées à ce projet de loi.

Elle explique que ce PL vise à proposer une solution à la crise du financement de la production des informations journalistiques. Constatant une incapacité des sources de financement de la presse, le PL propose de prévoir un financement étatique de la presse écrite. Ce financement ne serait ni direct, ni indirect. Il s'agirait de créer une fondation privée d'intérêt public qui serait dotée majoritairement d'argent public mais qui serait ensuite autonome dans la manière d'attribuer les aides financières aux différents titres qui le demanderaient. Elle précise qu'il y a quand même des critères à remplir pour pouvoir bénéficier de ces aides.

Un commissaire Ve remarque que certaines modalités du PL sont problématiques. Il demande si certains critères de l'article 5 du PL ne sont pas contre-productifs. Il lit l'article 5 lettre b qui prévoit que les médias « sont indépendants de toute institution ou entité publique ou privée ». Il demande comment un média peut être indépendant puisqu'il faut bien qu'il ait une structure juridique.

M^{me} Marti répond que l'idée consiste à ne pas financer des journaux d'entreprises, des journaux de partis ou encore d'associations. Il faut que la structure juridique soit en elle-même indépendante d'une entité.

Le commissaire Ve lit ensuite l'article 5 lettre c qui prévoit que les médias « ont, en principe, leur siège à Genève ». Il remarque que le terme « en principe » permet de faire une entorse à la règle qui est mise en place. Ce terme permettra donc de financer des titres qui n'ont pas nécessairement leur siège à Genève. Il demande à M^{me} Marti pourquoi ils ont décidé d'intégrer une telle entorse à la règle.

M^{me} Marti répond que l'idée est de financer des médias locaux et de couvrir une zone géographique qui ne soit pas trop importante. Elle rappelle qu'on constate aujourd'hui une tendance à la centralisation des titres au niveau

romand et plus au niveau local. Le PL vise donc à lutter contre ce phénomène. Elle explique qu'ils ne voulaient cependant pas passer à côté de la réalité du Grand Genève. Elle estime qu'il est intéressant de pouvoir aider financièrement un titre qui porte sur l'actualité locale, transfrontalière et l'actualité du Grand Genève. Elle précise que cette problématique a suscité des discussions au sein du groupe socialiste au moment du dépôt du PL notamment pour des raisons salariales. Elle termine en déclarant qu'ils ont voulu laisser une petite marge de manœuvre aux médias qui traitent de manière approfondie une actualité locale genevoise.

Un commissaire Ve remarque que l'article 5 lettre g prévoit que les médias doivent comprendre « une partie rédactionnelle représentant au moins 75% de l'ensemble de la publication ». Il considère que ce critère demande un contrôle permanent trop compliqué. Il demande quels seront les moyens de rétorsion une fois que l'investissement ou le fonctionnement auront été financés.

M^{me} Marti explique que, lorsque la fondation recevra une aide de soutien financier, elle se fondera sur les dernières publications du média afin de déterminer si les 75% du contenu sont de nature rédactionnelle ou pas. Concernant la création de titres, elle explique que les médias devront présenter un projet complet à la fondation pour demander l'aide financière. Elle indique par ailleurs que si le journal demande une nouvelle aide alors qu'entre temps il a diminué sa couverture rédactionnelle, pour passer en dessous des 75%, la fondation ne réoctroiera pas l'aide. Elle précise qu'il est mentionné dans le PL que la finalité des différents critères d'attribution des financements, notamment les procédures et les contrôles, seront répertoriés dans un règlement rédigé par le conseil de fondation.

Le commissaire Ve demande, d'un point de vue opérationnel, comment ce critère sera contrôlé.

M^{me} Marti répond qu'on pourrait imaginer que dans le règlement, il y ait une clause qui prévoit qu'une fois le financement octroyé, la fondation effectue des contrôles et que si le média ne répond plus aux critères d'attribution, la subvention est retirée.

Le commissaire Ve demande s'il s'agirait de retirer et de reprendre l'argent. Il rappelle que l'argent pourrait être déjà utilisé pour financer des machines commerciales.

M^{me} Marti répond que c'est la raison pour laquelle ils ont souhaité inclure des critères dans la loi.

Le commissaire Ve précise qu'il n'a pas d'a priori défavorable à un tel PL mais qu'il aimerait bien savoir comment les choses vont se passer par la suite. Concernant les aides financières, il remarque qu'il y a deux types de soutiens

financiers. Un soutien à la création du média qui ne peut excéder 40% des charges d'investissement. Et un soutien financier en fonction de la production de contenu rédactionnel qui ne peut excéder 20% des charges liées à la part genevoise du lectorat. Il remarque que ces deux types de soutien pourraient se cumuler ce qui signifie qu'avec un montant de 1 000 000 F, on ne pourrait soutenir qu'un ou deux journaux.

M^{me} Marti répond que les montants de 20% et 40% seront à la libre appréciation de la fondation. Elle précise que ces montants sont des plafonds et que la fondation pourrait décider d'octroyer moins que cela à un média. Les médias pourraient d'ailleurs demander eux-mêmes des aides financières qui se situeraient en dessous des plafonds. Ce sera à la fondation d'évaluer les besoins effectifs des différents médias et les montants qu'il est nécessaire d'octroyer en fonction de leur projet et de leur situation financière.

Le commissaire Ve demande s'il s'agit d'aider tous les médias, peu importe le support, papier ou Internet.

M^{me} Marti acquiesce. Elle explique que le PL vise à aider aussi bien la presse papier que la presse en ligne. Elle précise que cette question a fait l'objet d'un débat au moment du dépôt du PL. Elle explique qu'ils ont néanmoins remarqué qu'il y avait aussi un besoin de financement de contenu rédactionnel en ligne. Finalement, que le contenu soit publié sur Internet ou pas, le coût de production des contenus journalistiques reste le même.

Le commissaire Ve remarque que le PL ne vise pas à soutenir ce qui existe déjà puisque Le Courrier est le seul qui souscrit aux critères sélectifs.

M^{me} Marti répond que le journal La Cité et d'autres médias en ligne plus petits, comme le média « Bon pour la tête », répondent aux critères. Elle indique par ailleurs que le journal « Hebdo latino » souscrit aussi aux critères. Ce journal traite de l'actualité genevoise en espagnol et en portugais et de l'actualité des pays latino-américains en français. Elle précise que l'objectif du PL est de promouvoir la création de nouveaux titres. C'est d'ailleurs pour cela qu'ils ont mis en place une aide à la création de titres et à l'investissement. L'idée est de développer le paysage médiatique genevois qui s'est passablement restreint ces dernières années. Si on imagine qu'un nouveau titre se crée, il pourrait avoir besoin d'aide à la non seulement à la création mais aussi potentiellement au fonctionnement et à la production.

Le commissaire Ve remarque qu'il n'est fait aucune mention de la pérennité dans le PL.

M^{me} Marti répond que le soutien peut être renouvelé. Il faut accepter le fait que certains titres, notamment ceux qui veulent rester indépendants d'actionnaires et de la publicité, aient besoin d'une aide au fonctionnement de

manière pérenne. L'idée ce n'est pas d'octroyer une aide sur 10 ou 20 ans mais plutôt d'apporter une aide ponctuelle qui puisse être renouvelable si nécessaire.

Le commissaire Ve demande à M^{me} Marti si elle a entendu parler du projet de M. Maudet visant à créer une plateforme de distribution des médias locaux. Il lui demande ce qu'elle en pense.

M^{me} Marti répond qu'elle n'a pas d'objection a priori. Elle considère néanmoins qu'il est important de garder des titres avec leur identité et leur ligne éditoriale. Elle rappelle que les journalistes et le lectorat sont attachés aux titres. Le fait d'avoir une seule plateforme risque d'engendrer une uniformisation des contenus alors qu'il est important de garder les titres à l'origine de la production des différents articles.

Un commissaire PLR commence par indiquer qu'il partage, en partie, les remarques du commissaire Ve mais qu'il a quand même un a priori très négatif sur le PL. Il remarque par ailleurs que Le Courier ne répond pas aux critères du PL puisqu'il ne respecte pas les usages de la branche en ne payant pas les stagiaires. Cela étant dit, il partage l'avis sur le montant de 10 000 000 F. Avec les conditions posées par le PL, la moitié de cette somme va être mangée par les frais de fonctionnement de la fondation. C'est une usine à gaz qui va devoir contrôler chaque condition légale et chaque condition réglementaire. Il demande à M^{me} Marti ce qu'elle répond à cela.

M^{me} Marti répond que l'article 8 du PL prévoit que « la fondation reçoit de l'Etat une subvention annuelle de fonctionnement ». Le fonctionnement de la fondation ne sera donc pas financé par la dotation. Concernant Le Courier, elle est d'accord avec le fait qu'il ne respecte pas les usages de la branche. Elle considère néanmoins qu'avec une aide financière, ils pourront se mettre en conformité avec les usages.

Le commissaire PLR considère ensuite qu'aucun acteur privé ne va mettre de l'argent dans une bonne œuvre où les conditions sont d'une rigidité monstrueuse. Il demande qui pourrait bien mettre de l'argent dans un tel projet.

M^{me} Marti lui demande sur quelle base il se fonde pour prétendre cela.

Le commissaire PLR répond que les conditions sont trop draconiennes.

M^{me} Marti lui demande s'il prétend connaître les intentions de l'ensemble des acteurs privés du canton.

Le commissaire PLR demande une seconde fois qui pourrait mettre de l'argent à titre privé dans le projet.

M^{me} Marti répond que cela pourrait être n'importe quel organisme, association, fondation, entreprise privée ou donateur privé.

Le commissaire PLR remarque que M^{me} Marti n'a rien de concret à ce stade.

M^{me} Marti demande le commissaire PLR de lui expliquer pourquoi, d'après lui, les privés ne mettraient pas de l'argent dans le projet.

Le commissaire PLR répond que les conditions sont trop strictes. Il demande ensuite comment les médias vont faire pour avoir 75% de contenu rédactionnel étant donné que cela ne comprend pas les dépêches. Il rappelle qu'une grande partie des journaux font des dépêches améliorées. Il demande comment les choses vont se passer à ce niveau-là.

M^{me} Marti répond que si l'article est basé sur une dépêche ATS mais que la dépêche est retravaillée avec des ajouts de contenu il s'agira d'un article rédactionnel. Elle rappelle que l'idée est de ne pas accorder une aide financière à un journal qui se contenterait de diffuser des dépêches d'agence.

Le commissaire PLR demande si cela signifie qu'il va y avoir quelqu'un qui va devoir éplucher tous les articles subventionnés pour déterminer la part de dépêche et la part de rédactionnel.

M^{me} Marti répond qu'il ne s'agira pas de contrôler tous les articles. De manière générale, pour vérifier qu'une loi est correctement appliquée, il faut faire des contrôles en suffisance mais cela ne signifie pas qu'il faille contrôler l'ensemble des publications d'un média.

Le commissaire PLR remarque que la presse écrite va forcément disparaître et que, de ce point de vue là, l'investissement est trop coûteux. Il rappelle que les investissements de la presse écrite coûtent des millions. Il demande à M^{me} Marti ce qu'elle voit comme investissement que les médias pourraient devoir faire.

M^{me} Marti répond qu'à l'heure actuelle, les journaux ont leur propre rotative. Elle précise qu'il ne s'agit donc pas d'investir dans des machines d'impression. Les frais d'investissement pour un journal consistent plutôt à trouver des locaux, acheter du matériel informatique et des logiciels de montage. Ce sont ce genre d'investissements qui coûtent à un média.

Le commissaire PLR remarque que les frais de fonctionnement coûtent très chers. Les 10 000 000 F vont être très vite avalés.

M^{me} Marti demande si sa crainte porte uniquement sur la presse papier imprimée.

M^{me} Marti répond qu'il y a encore des titres qui survivent. Elle explique que l'idée est de les aider à survivre et à maintenir leur activité et pas de les faire vivre sous perfusion.

Un commissaire PDC demande, compte tenu des difficultés que rencontrent les journaux, qui songerait, à l'heure actuelle, à créer un média papier. Il remarque ensuite que, le fait de limiter à 25% les annonces publicitaires reviendrait à enlever aux futurs médias des rentrées assez importantes. Il demande finalement si M^{me} Marti serait intéressée par d'autres formes de financement que le système que le PL vise à mettre en place. Il explique que le journal « La Liberté » à Fribourg a par exemple réussi à survivre grâce à un partenariat public-privé qui fonctionne très bien.

M^{me} Marti répond à la 1^{re} question qu'après avoir déposé le PL, elle a été contactée par des anciens journalistes qui seraient intéressés à lancer un nouveau titre.

Concernant la 2^e question, elle considère que ce n'est pas faire une bonne utilisation de l'argent public que d'aider financièrement un média majoritairement utile à des fins commerciales et qui diffuse des supports de publicité. L'objectif ce n'est pas que le média subventionne la totalité de la production du contenu et que le reste soit financé par la publicité. Il s'agit de soutenir une presse et des médias qui sont d'intérêt public et qui produisent un bien public. La publicité n'est pas un bien public. Après, on peut discuter du montant de 25% mais il faut fixer une limite pour pas que les données publiques soient utilisées pour aider financièrement des supports de communication et de publicité. Il en va de même d'ailleurs du critère du média à but non lucratif. Quand on est soucieux de la bonne utilisation des données publiques, on cherche à ce que l'argent public soit investi pour créer un bien public, en l'occurrence la création de contenu journalistique, et pas pour financer des actionnaires.

Elle répond à la dernière question que la fondation permet justement le partenariat public-privé. Elle explique que c'est pour cette raison qu'ils ont choisi une fondation privée d'intérêt public. Elle précise que la fondation aurait aussi pour fonction et pour mission d'aller chercher des financements privés qui se cumuleraient aux 10 000 000 F de l'Etat.

Un commissaire PLR demande, par rapport au positionnement des nouveaux médias, de quel genre de publications il s'agirait, plutôt des publications mensuelles ou hebdomadaires. Il demande ensuite, quelle place il s'agirait de trouver aux médias, s'ils seraient orientés culturel, économique ou généraliste. Il rappelle que le grand problème de Genève, c'est le faible bassin de population.

M^{me} Marti répond que le PL ne précise pas si le média doit être mensuel, hebdomadaire ou quotidien. Cela pourrait donc couvrir l'ensemble des ces modes de publication. Par contre, elle explique que le choix a été de soutenir

des journaux généralistes qui traitent d'une actualité générale. Elle précise que l'idée était de rester attaché à l'actualité locale comme bien public pour le fonctionnement démocratique.

Concernant le bassin de population, elle rappelle qu'il y a encore quelques années on avait 5 quotidiens locaux. Ces quotidiens ont fini par disparaître ou fusionner. Elle précise cependant qu'entre temps on a eu une augmentation du bassin de la population. On aurait donc dû avoir une augmentation du lectorat. Le problème, à l'heure actuelle, c'est qu'on manque de financement, on a de la peine à faire payer le lectorat pour la production du contenu rédactionnel. Elle explique que ce phénomène s'est développé ces dernières années avec l'émergence des journaux gratuits et la publication des contenus en ligne. Les différents médias se sont engouffrés là-dedans et ont diffusé leur contenu rédactionnel en ligne de façon totalement gratuite en pensant que la publicité en ligne allait pouvoir compenser des pertes de recettes liées à la vente des journaux et des abonnements. Malheureusement, cela n'a pas été le cas puisqu'il y a eu une forte chute des revenus publicitaires et que les publicités ont migré vers d'autres supports, notamment les réseaux sociaux et les plateformes en ligne. Du coup, les médias n'arrivent plus à monétariser la production de leur contenu. Elle termine en déclarant qu'il s'agit d'un problème de financement et pas de lectorat.

Un commissaire PLR rappelle que généralement, quand on présente un PL avec des financements privés, on annonce ces financements privés. C'est une incitation assez forte pour le parlement de savoir qu'il y a des soutiens privés. Il demande s'il n'y a pas meilleur temps de trouver d'abord des financements privés et de revenir ensuite avec le PL.

M^{me} Marti répond qu'ils sont partis du principe que l'information était un bien d'intérêt public pour le fonctionnement démocratique. A ce titre là, l'Etat doit s'assurer d'une production en suffisance de contenus diversifiés, vérifiés et de qualité. Etant donné que, dans la situation actuelle, on a de moins en moins accès à ce type d'informations, l'Etat doit assurer l'accès à ces informations et donc intervenir financièrement. Ensuite, la fondation pourra aller chercher des financements complémentaires de la part d'acteurs privés afin de pouvoir étendre ses capacités à aider les médias locaux.

Un commissaire UDC demande si M^{me} Marti a étudié les besoins du secteur et si elle sait quel montant il faudrait mettre à disposition. Il demande ensuite si l'aide serait accordé sous une forme ponctuelle ou sous forme de rente.

M^{me} Marti répond que le montant nécessaire de l'aide est difficile à évaluer car il dépend des différents types de médias. Elle explique que s'il s'agit d'apporter une aide à la création de titres, la somme sera plus importante

qu'une aide au fonctionnement. Elle précise qu'elle a discuté avec les corédacteurs en chef du Courrier et qu'ils ont indiqué que, pour boucler le budget chaque année, il leur manquait quelques centaines de milliers de francs. Une aide financière leur permettrait donc de pérenniser leurs activités et d'être un peu plus stable financièrement.

Le commissaire UDC demande s'il s'agit d'aider une seule fois le média ou s'il s'agit de subventions régulières sous forme de rente par exemple.

M^{me} Marti explique que les médias devront présenter un dossier d'aide financière à la fondation. Après 2 ans, soit l'aide financière prend fin, soit le média demande un renouvellement, une augmentation ou une diminution de l'aide.

Un commissaire PLR remarque que Le Courrier est un journal assez généraliste mais que les pages solidarité sont devenues un manifeste politique. Il demande à M^{me} Marti comment ils vont faire pour que la fondation respecte une diversité des lignes politiques.

M^{me} Marti répond que la fondation ne va pas se fonder sur la ligne politique ou éditoriale du titre pour octroyer une aide. Elle rappelle que l'objectif est de maintenir l'autonomie des médias et le choix de leur ligne éditoriale. La seule règle qui existe, en matière de contenu des publications, porte sur le respect des règles déontologiques du journalisme. Dès lors, dès qu'un titre respecte ces règles, il pourra être soutenu peu importe sa ligne éditoriale ou sa ligne politique.

Un commissaire PLR considère que le conseil de fondation sera forcément politisé.

M^{me} Marti demande ce qui lui fait penser cela.

Le commissaire PLR répond qu'à Genève, toutes les fondations qui sont financées par l'Etat sont politisées.

M^{me} Marti répond qu'en l'occurrence le conseil de fondation ne sera pas composé de représentants politiques. Elle explique qu'un tiers du conseil de fondation sera composé de personnes nommées par le Conseil d'Etat sur la base de leurs connaissances du milieu en question. Un autre tiers sera composé de personnes nommées par les milieux professionnels et le dernier tiers représentera le lectorat et sera tiré au sort parmi les personnes intéressées de la population. L'idée de ce système de 3 tiers est qu'aucun des groupes ne puisse obtenir une majorité au conseil de fondation.

Un commissaire PLR répond qu'il est très perplexe face à ce conseil de fondation. Il considère que pour les citoyens qui se seront annoncés, il n'y aura aucune garantie de diversité. Il estime qu'il faut des règles strictes pour assurer

la diversité. Il remarque ensuite que M^{me} Marti a parlé du journal « Hebdo latino » qui traite de la situation en Amérique du Sud. Il demande comment elle voit le risque du communautarisme.

M^{me} Marti répond qu'un journal qui est en lien avec une organisation ou un groupement religieux ne rentre pas dans les critères car il doit être indépendant d'un acteur privé ou public. Mais s'il s'agit d'un choix éditorial, comme un journal qui aurait une ligne attentive à la condition des minorités, alors il rentrerait dans les critères.

Un commissaire PLR remarque qu'en l'occurrence il s'agit uniquement des sud-américains.

M^{me} Marti explique que ce journal parle de l'actualité locale genevoise en espagnol et en portugais et de l'actualité sud-américaine en français. L'idée est de créer des liens entre la communauté des Latinos et les genevois.

Une commissaire Ve remercie M^{me} Marti pour sa présentation. Elle remarque que le PL a le mérite d'apporter une piste de solution pour aider les médias locaux. Elle indique ensuite qu'elle voyait les membres du conseil de fondation non pas comme des politiques mais plutôt comme des gens qui réfléchissent aux médias. Elle demande plus de précision à M^{me} Marti par rapport à cela.

M^{me} Marti répond que c'est effectivement dans ce sens là qu'ils ont rédigé le PL. Elle explique que l'idée est d'éviter les relations trop importantes entre les médias et la politique afin de garantir l'autonomie des médias. Il s'agit de nommer des spécialistes des médias comme des chercheurs ou des anciens journalistes qui ont travaillé dans le domaine médiatique.

La commissaire Ve demande, concernant les membres de la profession, s'il y a véritablement un vaste bassin de personnes qu'on peut recruter puisqu'on ne peut pas être à la fois sollicitateur et membre de la fondation.

M^{me} Marti répond qu'il y a toujours la possibilité de se récuser si le média pour lequel on travaille demande une aide financière et qu'on siège dans le conseil de fondation. Elle indique par ailleurs que, parmi les journalistes et les anciens journalistes, il y a un bassin de population qui est suffisant. Elle précise que l'idée du conseil de fondation ce n'est pas d'avoir 50 membres. Il s'agirait seulement de quelques personnes à recruter.

Audition de M. André Klopmann, Secrétaire général adjoint, PRE.

M. Klopmann remarque que le débat est intéressant. Sans aborder la question du constat, qui est partagé par tout le monde, une des questions majeures qui se pose est celle de savoir qui va financer une structure d'aide

aux médias. Il explique que le Conseil d'Etat a observé plusieurs lignes de force.

Il y a tout d'abord **des fondations privées** qui entrent en ligne de compte. Ces fondations sont importantes car elles sont très investies dans le domaine des médias sur le plan mondial. Elles ont même favorisé des rachats et des créations. Il explique que **sur le plan local, M. Tibère Adler et M. Serge Michel ont créé une fondation locale qui s'appelle « HEIDI.news »**. Le problème de ces fondations, par rapport aux attentes, c'est qu'elles ne veulent pas travailler avec le public. Elles ont d'éventuels projets qu'on pourrait peut-être appliquer à Genève mais elles ne veulent pas travailler avec les services publics.

Il indique ensuite qu'il existe une autre ligne de force dont on a beaucoup parlé, le Fonds d'investissement pour le journalisme (FIJOU). Ce fonds ressemble plus au projet de fondation du PL 12307 que les fondations privées mentionnées précédemment. Il explique que le FIJOU s'est adressé au Conseil d'Etat mais qu'il a considéré qu'il n'appartenait pas à la collectivité publique cantonale de financer de manière directe un fonds qui redistribuerait ensuite de l'argent. Néanmoins, il précise que, afin de s'assurer de la conformité de cette opinion avec celle que pourraient former les autres cantons, le Conseil d'Etat a interpellé la Conférence des Gouvernements de Suisse Occidentale (CGSO) qui a répondu qu'il n'appartenait pas à la collectivité publique de financer de tels projets.

Toujours dans l'idée que le journalisme et l'information ne sont pas la même chose et que le journalisme coûte cher, une autre idée est apparue, celle du projet de M. Maudet, le projet « My Press Ge ». Il indique que ce projet prend en compte des outils numériques de pointe. Il explique que ce projet ne consisterait pas à créer un organisme qui subventionnerait des médias en création mais qu'il s'agirait d'obtenir de l'ensemble des fournisseurs d'accès Internet, qui proposent des abonnements, des majorations de 1 à 2 F. L'idée serait de verser cet excédent dans un fonds commun qui serait géré par un algorithme. Cet algorithme redistribuerait ensuite l'argent selon les demandes que formuleraient les gens en choisissant leur abonnement. Par exemple, si on veut s'abonner au journal A de très grande diffusion mais qu'on a de la sympathie pour le titre B ou C auxquels on ne va pas s'abonner mais dont on aimerait bien qu'ils fonctionnent, il suffit de cliquer sur un bouton pour que les algorithmes redistribuent l'argent d'une façon qui ne correspond pas nécessairement à ce qui a été versé pour l'acquisition de l'abonnement au journal A. C'est donc un système totalement différent intellectuellement car il ne favorise pas la création proprement dite des titres ou de médias, mais il

redistribuée une petite part excédentaire. Il suggère que M. Maudet soit auditionné sur cette question car il la maîtrise mieux.

Il termine en indiquant quels seraient l'impact et rôle de l'Etat dans un tel processus. Il explique que l'Etat ne gèrerait pas la redistribution car elle appartiendrait à une commission. En revanche, l'Etat pourrait mettre en place les outils électroniques qui permettraient le fonctionnement de ces algorithmes et exercer une surveillance quant à la juste distribution de l'excédent selon les intentions de ceux qui les auront mis en place. S'il y a par exemple 10 demandes d'abonnement pour La Tribune, 2 pour Le Courrier et 1 pour La couleur des jours, cela ne signifierait pas que La couleur des jours n'aurait rien, l'algorithme redistribuerait de manière valorisante les petits titres qui intéressent le public. Pour le détail technologique et plus pointu, il propose à la commission de consulter des gens plus performants.

M. Klopmann répond, s'agissant de la M 2444-A, que l'ATS est mentionnée dans la loi sur les médias électroniques qui est en consultation actuellement. Il explique que le Conseil d'Etat va écrire s'il approuve la réponse que le département présidentiel a soumise et qu'il va répondre de manière critique s'agissant de cette loi sur les médias électroniques.

Il remarque ensuite que la loi sur la radio et la télévision est obsolète. Il explique qu'ils savaient déjà, avant « No Billag », qu'elle devrait être remplacée, puisque le contexte électronique a changé. Il remarque que le Conseil d'Etat fait toutes sortes de reproches à cette loi. Néanmoins, s'agissant de l'ATS, il explique que la loi proposait de soutenir des agences de presse à but non lucratif pour autant qu'elles produisent de l'information et du journalisme par voie électronique. C'est pour cela qu'on a vu se multiplier les vidéos de l'ATS. Cette mesure est intéressante mais il se pose quand même un problème à explorer car l'ATS n'est plus entièrement suisse. Il précise que les nouveaux opérateurs sont des industriels qui attendent du profit. Il faut donc voir si l'ATS entre dans le cadre ciblé et voulu par la loi sur les médias électroniques. L'analyse du Conseil d'Etat indique le contraire, ce qui est ennuyeux. Le Conseil d'Etat aurait voulu que cela entre dans le cadre mais ce n'est pas encore sûr. Il termine en déclarant que tout le monde est attaché à l'ATS mais que le changement de sa configuration rend les choses plus difficiles.

S'agissant ensuite de la M 2411-B et de la R 821, il considère que l'affaire appartient au passé.

Un commissaire Ve remercie M. Klopmann d'avoir expliqué les positions du Conseil d'Etat à la commission. Il remarque que le FIJOU ressemble au

projet de fondation du PL 12307 mais que le Conseil d'Etat n'est pas favorable au FIJOU. Il demande ce que pense le Conseil d'Etat du PL 12307.

M. Klopmann répond qu'il ne peut pas répondre à cette question. Il peut néanmoins répondre que le Conseil d'Etat ne peut pas financer une telle fondation. Il explique que le Conseil d'Etat n'a pas jugé souhaitable de créer un financement particulier pour une fondation dont les contours ne sont pas encore très clairs.

Le commissaire Ve remarque que M. Klopmann a évoqué des grandes possibilités de financement. Il considère cependant qu'il en a oublié une, celle d'une loi de financement des médias avec des contrats de prestation. Il demande si le Conseil d'Etat a envisagé cette solution plus simple et plus ciblée.

M. Klopmann répond que l'intention permanente à avoir est celle de l'indépendance. La question qui se pose est celle de savoir si l'Etat peut, par un contrat de prestations, soutenir un média qui resterait totalement indépendant. Cette question est difficile.

Le commissaire Ve remarque que l'OFCOM le fait pour les médias télévisés et les radios.

M. Klopmann rappelle que la loi sur les médias électroniques porte sur les médias électroniques actuellement au bénéfice de la redevance. Pour dire les choses très simplement, elle vise à multiplier les bénéficiaires de ladite redevance alors même qu'elle baisse. C'est l'une des raisons de l'hostilité face à ce PL. Les médias locaux à Genève et ailleurs, dans une telle équation, pourraient potentiellement recevoir moins. La solution visant à partager encore avec d'autres et par des contrats de prestations n'a donc pas été envisagée par le Conseil d'Etat.

Le commissaire Ve remercie M. Klopmann d'avoir éclairé la commission sur le projet de plateforme numérique de M. Maudet. Il demande qui va financer ce projet et quel sera le moteur qui va faire que les clients vont prendre un abonnement sur la plateforme et pas directement auprès du média concerné. Il indique par ailleurs qu'il ne comprend pas bien comment cette plateforme pourrait financer uniquement des médias qui seraient localisés à Genève puisque sur cette plateforme il pourrait y avoir des journaux qui seraient localisés ailleurs.

M. Klopmann répond que c'est une question de détermination politique dans la définition des bénéficiaires.

Le commissaire Ve répond que pour cela il faudrait qu'il y ait des clients.

M. Klopmann répond qu'on pourrait imaginer que des initiatives puissent émerger si un tel dispositif existait. Concernant la question du financement, il explique que l'idée est que le financement se fasse par le biais de toutes celles et ceux qui se procurent un abonnement. La question serait ensuite d'organiser la redistribution d'une manière qui ne corresponde pas au tirage des journaux dont l'abonnement est majoré.

Le commissaire Ve répond que cela sous-entend qu'il n'y ait pas d'autres solutions de se procurer un abonnement. Il faudrait qu'il y ait un endroit central pour prendre l'abonnement. Il termine en déclarant que ce projet est encore un peu nébuleux.

M. Klopmann répond que tout projet récent est un peu nébuleux. Néanmoins, si tous les médias concernés jouaient le jeu, surtout les éditeurs dont on sait que l'action peut être problématique et mal ressentie à Genève, on pourrait imaginer une centralisation des instruments permettant d'acquérir les abonnements.

Un commissaire S demande si la plateforme est réellement un moyen qui va permettre de préserver une presse suffisamment cantonale et diversifiée. Il rappelle qu'on est en train de perdre une presse locale au détriment d'une presse plus rationalisée.

M. Klopmann acquiesce. Il explique que c'est justement l'intention du projet. Il s'agit d'une part de préserver les médias fragiles et d'autre part de favoriser l'émergence sérieuse de nouvelles productions et de mettre en valeur l'actualité genevoise. Il rappelle qu'il existait à l'époque un réseau de journaux locaux qui s'appelaient « Les nouvelles ». Ce type de produits, si le système fonctionne, devrait typiquement pouvoir être soutenu par des sommes qui ne correspondraient pas aux rentrées ou au lectorat sans pour autant mettre à mal les finances publiques.

La présidente demande s'il faut voir dans la plateforme une manière de donner corps à l'article 220 de la Constitution fédérale. Sachant ensuite que chaque abonnement contribuerait à alimenter un fonds qui permettrait d'être redistribué à différents médias, elle remarque que ce serait les lecteurs qui financeraient la démarche. Elle demande néanmoins, si dans ce projet il y a une part de financement qui est prévue ou si ce sont uniquement les lecteurs qui vont alimenter le fonds. Elle demande finalement si des contacts ont déjà été pris avec les différents médias pour vérifier s'il y aurait une entrée en matière de leur part sur un système de ce type ou si on est purement dans la gestation d'un projet sans savoir s'il a la moindre chance de pouvoir se produire.

M. Klopmann répond à la première question que c'est même l'un des points fondateurs de la réflexion. Concernant ensuite la question du financement de l'Etat, il explique qu'il ne s'agirait pas d'un financement direct de l'Etat mais plutôt d'un investissement de moyens. Finalement, à propos des contacts pris avec les médias, il indique qu'il ne peut pas répondre à cette question car il n'en sait rien. Il précise néanmoins qu'il y a eu beaucoup de contacts.

Un commissaire S remarque que les fournisseurs d'accès à Internet devront prendre 1-2 F sur leurs abonnements et que cela se fera sur une base volontaire. Il demande si, à l'heure d'aujourd'hui, des rencontres ont déjà eu lieu avec ces grands opérateurs qui seraient mis à contribution.

M. Klopmann répond qu'il n'a pas la réponse.

Le commissaire S demande qui sera en charge de programmer l'algorithme et qui va vérifier la distribution de l'argent. Il demande s'il s'agira d'un service de l'Etat.

M. Klopmann acquiesce. Le contrôle sera clairement étatique. La mise en place technologique et le contrôle de son bon usage seront à la charge de l'Etat.

Un commissaire S remarque que l'idée serait de s'abonner à un média et de cliquer sur oui pour aider certains autres médias. Il demande s'il n'y a pas des craintes que cela soit facilement manipulable.

M. Klopmann répond que pour pouvoir cliquer il faut d'abord commettre un acte payant en s'abonnant ce qui limite le risque. Cela ne va pas l'annuler mais cela va le limiter fortement.

Le commissaire S demande s'il faut être abonné à la fois à un titre et à un fournisseur d'accès à Internet.

M. Klopmann répond que c'est une plateforme d'acquisition.

Le commissaire S demande si un calcul a été fait sur les recettes annuelles escomptées d'une telle proposition.

M. Klopmann répond qu'il ne peut pas répondre à cette question.

Un commissaire S pense qu'il y a une urgence sur les motions et qu'il y a un débat à avoir au sein de la commission. Il rappelle qu'il y avait un mécontentement par rapport à la réponse du Conseil d'Etat puisque la commission attendait une réponse plus forte. Il propose donc de séparer le PL 12307 des autres motions. Concernant le PL 12307, il propose d'auditionner Syndicom et M. Maudet sur son projet de plateforme. Plus largement, il propose également d'auditionner un professeur de la faculté des sciences de la société de l'université de Neuchâtel et plus précisément un professeur du master en journalisme afin de nourrir plus le débat.

La présidente répond que l'idée était de rationaliser le traitement et les auditions des différents objets. Elle estime qu'il est important de prévoir une série d'auditions pour répondre aux questions de ces différents textes mais que rien n'empêche la commission de se prononcer sur un objet et de continuer à travailler sur l'ensemble de la dynamique puisque les sujets sont connexes. Elle considère que cela vaut la peine de rassembler les informations. Elle propose d'auditionner M. Philippe Amez-Droz qui travaille sur la question du financement des médias. Elle propose également d'auditionner Impressum.

Une commissaire Ve explique que la Ville de Genève, a organisé, mi-septembre, une journée sur la problématique des médias. Elle propose donc d'inviter des représentants de la Ville de Genève.

Un commissaire PLR propose de traiter les motions ensemble, de classer la résolution et de faire un travail un peu plus conséquent sur le PL afin de permettre un avancement logique des travaux.

Audition du Prof. Patrick-Yves Badillo, Directeur de Medi@LAB-Genève / Université de Genève et Philippe Amez-Droz, chargé de cours à la Faculté des Sciences de la société

Audition de Patricia Alcaraz, secrétaire syndicale pour la branche presse, Syndicom Genève

M. Badillo commence par préciser qu'il ne va pas présenter tous les slides de sa présentation mais qu'il va plutôt aller au cœur du sujet.

M. Badillo indique qu'il a récemment écrit un ouvrage intitulé « Médias publics et société numérique » avec l'actuel directeur général de la SSR et l'ancien directeur général de l'UER.

Il indique qu'il va articuler son exposé en trois parties ; tout d'abord les constats, ensuite les enjeux et pour finir les défis.

Concernant tout d'abord les constats, il explique qu'il a décidé d'intituler le premier point de ce chapitre « le cygne noir » car on a tendance à se dire que la fin des médias n'existe pas mais quand cela arrivera on se dira que c'était prévisible et même totalement prévu. Pour l'instant, il remarque qu'on refuse d'y voir venir.

Il explique néanmoins qu'on va assister à la fin de la presse si rien n'est fait car on a des forces technologiques d'une nouvelle dimension qui se sont créées. On a une accélération des technologies d'information et des applications qui se développent sans cesse. Il montre des photos des serveurs google qui s'étendent sur des dizaines de mètres carrés et qui doivent être refroidis avec

des tuyaux de refroidissement. Il explique que derrière cela, il y a des capacités technologiques absolument considérables.

Il indique par ailleurs que l'aspect économique est aussi très impressionnant. On peut effectivement remarquer qu'il existe une capitalisation boursière en progression exponentielle qui est d'une autre dimension. On peut par exemple observer, sur le graphique p. 6, que Roche et Nestlé, qui sont des géants mondiaux, ont une capitalisation boursière de 2 000-2 500 milliards de dollars alors que Apple est à 1 000 milliards de dollars. C'est donc un autre ordre de grandeur auquel on est confronté.

Il explique qu'il y a une véritable destruction de la presse par ces acteurs surpuissants. On parle d'ailleurs de googlization des médias, c'est-à-dire que la production d'information n'est plus un objectif pour les acteurs. Nous sommes dans un nouvel âge des médias avec des plates-formes, des mobiles, de l'algorithmique et du big data. Il rappelle que, dans l'ancien système, un journal était un endroit où on cherchait à définir un concept éditorial pour atteindre une audience. Les lecteurs payaient, on avait des recettes publicitaires et les journaux se développaient en contrôlant le marché. Ce qui change avec la googlization c'est qu'il y a de moins en moins de recettes publicitaires et qu'il n'y a plus de lecteurs. La presse est donc dans une impasse considérable, elle est clairement étranglée.

Concernant la googlization, il mentionne le fait que l'objectif vital devient l'obtention de trafic sur le numérique. Il explique que, le point de départ, ce sont les data car il faut du trafic. Grâce à ces trafics on obtient ensuite des recettes publicitaires et des services associés. Il précise que le paiement direct des lecteurs est une source marginale. Au final, tout cela fait que la logique éditoriale s'efface au profit du contrôle des data et du trafic. En d'autres termes, cette logique a fait effacer la logique éditoriale, on n'est plus là pour produire de l'information mais on est là pour produire des data et du trafic.

Un commissaire S demande quelle est la différence entre le slide p. 7 qui montre que les recettes publicitaires sont absentes et le slide p. 8 qui montre quand même des recettes publicitaires.

M. Badillo répond que la logique des médias devient une logique de trafic. Il explique par ailleurs, qu'avant, les recettes publicitaires allaient aux journaux papier alors que maintenant, elles vont à Google et à Facebook.

Il continue son exposé en expliquant que ce nouvel âge des médias concerne aussi bien la presse que la télévision. Cela signifie que la télévision est aussi menacée, même si elle paraît opulente. A terme, elle va donc se retrouver dans le même étau que la presse, avec les mêmes acteurs surpuissants qui vont débouler sur le marché publicitaire et qui vont la concurrencer.

Il donne ensuite quelques chiffres sur le déclin très violent de la presse. On peut par exemple remarquer, sur le graphique p. 9, qui illustre les revenus des journaux américains, qu'à partir des années 2000, les recettes publicitaires des journaux américains (courbe grenat) sont passées de 50 milliards de dollars à moins de 20 milliards de dollars. Concernant les recettes qui proviennent des ventes de journaux (courbe jaune), on peut remarquer qu'elles se sont stabilisées à un niveau élevé. Il précise cependant que la somme des deux courbes est très faible ce qui a des conséquences en termes de destruction d'emplois. Il explique qu'en France, on est par exemple passé de 70 000 journalistes en 2004 à moins de 40 000 journalistes en 2016-2017 (graphique 1 p. 10). Pour la Suisse, c'est le même schéma puisqu'on a vécu une baisse du nombre de titres et une disparition drastique des journaux ces 20 dernières années. Il explique que si on continue comme cela, en 2022 il n'y a aura plus de recettes publicitaires (graphique p. 12).

Il indique par ailleurs, qu'il y a trois ans, ils avaient fait des prévisions mais qu'ils n'avaient pas été assez pessimistes. Il explique qu'aujourd'hui, les recettes publicitaires nettes de la presse en Suisse sont passées de 2.4 milliards en 2008 à 1.1 milliard en 2017 et les recettes de la télévision de 0.6 milliard à 0.8. La télévision défend donc tant bien que mal ses parts de marché. Concernant les recettes publicitaires en ligne, il indique qu'elles se chiffraient à 2.1 milliards en 2017. On voit donc clairement que le marché est passé des acteurs suisses aux grands acteurs mondiaux du numérique et qu'on assiste aujourd'hui à une destruction d'emplois car on n'a plus de production d'information.

Concernant ensuite les enjeux, il remarque qu'il existe une défaillance de marché qui est préoccupante pour la démocratie. Cette défaillance est due à la concentration du marché. On se rend compte que les grands acteurs suisses absorbent les plus petits. Ainsi, la pluralité et la diversité diminuent. On peut d'ailleurs remarquer, sur le graphique p. 14, que les 4 premiers groupes suisses avaient 54% des parts de marché en 2005 et qu'ils en ont maintenant 81%.

Il explique ensuite qu'ils ont fait des calculs de concentration, pour être un peu plus rigoureux d'un point de vue scientifique, et qu'ils se sont rendus compte qu'en 2005, on avait un indicateur de concentration qui était dans une zone confortable, c'est-à-dire qu'il y avait suffisamment de concurrence, alors qu'aujourd'hui on s'approche dangereusement de la zone rouge, la concentration devient forte et la situation est préoccupante.

Finalement, un autre point qui montre une concentration du marché c'est le "contrôle" de la diffusion d'informations par les GAFAs. Il explique que Facebook contrôle 86% du trafic qui entre vers le journal Le Temps et que les moteurs de recherche contrôlent 99% du trafic qui va sur ce journal. Pour la

Tribune de Genève, on a à-peu-près les mêmes chiffres puisque 95% du trafic entrant vient de Facebook et 98% de Google.

Un commissaire PLR demande s'il y a un accord ou un arrangement entre Facebook et Google et ce groupe de presse sur le chiffre des données.

M. Badillo répond que le chiffre vient d'un logiciel. Il précise qu'il n'a pas vérifié les chiffres mais que M. Pillard ne les a pas contestés. En résumé, il y a deux acteurs, un qui contrôle les flux rentrant des réseaux sociaux et un autre qui contrôle celui des moteurs de recherche. Il explique qu'il n'y a pas d'accord entre ces acteurs et les groupes de presse et que c'est justement ce qui pose problème. Les acteurs bénéficient d'un contenu qui est gratuit pour eux et pour les usagers. Il termine en déclarant que Springer est par exemple en procès avec Google afin qu'il paie le contenu.

Derrière tout cela, il mentionne le fait qu'on peut observer des fractures, des clivages et de la « misinformation ». Concernant les fractures, il explique que les jeunes n'ont que 24% de confiance dans les médias. Concernant ensuite la « misinformation », il explique qu'il s'agit d'un phénomène de défaut d'information. Il remarque qu'on parle beaucoup des fake news mais qu'en réalité il y a encore pire ; la mauvaise information qui circule. Il indique en outre qu'il a été établi qu'on avait des pseudo connaissances qui se faisaient sur la base d'informations vraies. Le système est donc en train de s'alimenter et de se développer sans qu'on ne puisse contrôler grand chose.

Tous ces éléments font qu'on a un GAP croissant entre les besoins et la production d'information. Il explique qu'on peut remarquer, sur le graphique p. 19, que la dynamique de production d'information est décroissante car il y a de moins en moins de journalistes mais qu'en parallèle on a un besoin d'information. Forcément l'écart entre les deux s'accroît puisque l'information circule en boucle, qu'elle circule en fake news et en misinformation. La part d'une information de qualité est donc décroissante.

Il explique qu'il y a actuellement une défaillance de marché car le marché n'est plus en mesure de procurer une information suffisante. Il indique par ailleurs que l'information de presse est un quasi bien public car on a de l'information en ligne qui est accessible à tout le monde, qui est gratuite et sans rivalité c'est-à-dire que si on consomme de l'information en ligne on ne prive pas quelqu'un de cette consommation. Il termine en déclarant qu'il est d'intérêt général d'avoir des débats démocratiques animés par une presse libre, indépendante et suffisamment diverse et plurielle. Il explique que l'idée de quasi bien public a été introduite pour souligner le fait que le marché doit continuer d'exister avec des groupes privés totalement indépendants.

Concernant finalement les défis, il commence par indiquer qu'il est clair que la presse est absolument importante pour la démocratie. Néanmoins, si on regarde les aides à la presse en Suisse, on peut remarquer que la Confédération prévoit une subvention annuelle de 30 millions pour la presse régionale et locale. Si on fait une comparaison avec la France, compte tenu de l'écart de PIB entre les deux pays, les aides suisses devraient presque être multipliées par 10 pour être équivalentes à celles de la France.

A partir de ces constats, il propose d'identifier différentes innovations frugales. Il indique tout d'abord que la Suisse n'a pas les moyens d'avoir des innovations technologiques car elles sont très coûteuses et que les GAFAM ont des capacités inégalables d'un point de vue technologique. Il propose donc d'oublier cette possibilité. Il précise que la notion d'innovation frugale a été proposée par des indiens et qu'elle consiste à répondre à un besoin de la manière la plus simple et la plus efficace possible en utilisant un minimum de moyens. Il s'agit donc d'innover mieux avec moins de moyens.

Il propose de retenir deux pistes de solution. La première solution consisterait à mettre au point un mécanisme d'aide indirecte et efficace en préservant l'indépendance éditoriale et la liberté des médias. Il explique qu'il a décidé de présenter cette solution car il a remarqué que les journalistes et les patrons ne voulaient absolument pas d'aide directe. Il précise que leur position est respectable car l'aide directe pourrait « corrompre » le fonctionnement normal des médias qui veulent être indépendants. Il indique par ailleurs qu'on peut considérer que cette innovation est frugale car il n'est pas impossible, ni difficile, ni compliqué de créer un mécanisme qui permettrait un financement des médias via une fondation ou un autre acteur garant de l'indépendance et devant rendre compte.

Il précise par ailleurs qu'il est en total désaccord avec les fausses solutions telles que « tous journalistes », les fonds google et « Fakebook ». Il rappelle que si on veut de l'information de qualité il faut la payer. Toutes ces solutions ne sont donc pas bonnes. Il indique ensuite que Facebook a récemment lancé l'idée de mettre en place un algorithme pour trier les fake news. Il souligne le fait que cela n'est qu'un élément pour que ces acteurs puissent continuer de vivre de ce système qui est extrêmement rentable pour eux.

Il indique ensuite que les solutions d'innovations frugales qu'il propose représenteraient des sommes faibles et qu'elles pourraient répondre à des objectifs d'éducation aux médias. Ainsi, une infime fraction du budget formation pourrait permettre de faire des choses considérables. De plus, ces solutions pourraient s'appuyer sur des rédacteurs en chef de qualité qui sont sur le marché et qui pourraient réfléchir à ce qu'il faudrait faire.

Ensuite, la deuxième piste consisterait à faciliter les usages et la consommation des jeunes via des applis et des lectures « papier ». L'idée serait donc de donner aux jeunes un budget média de presse écrite et en ligne pour qu'ils se réhabituent à consommer de la presse papier mais aussi des applis en ligne. Il remarque que la jeunesse est en train de sortir d'une logique de lecture et d'information. Il explique que l'idée serait de leur permettre d'acheter un magazine avec une sorte de budget ou de consommer via une appli de la presse en ligne payante. On pourrait par ailleurs offrir aux médias le développement de l'appli pour assurer des micropaiements sécurisés. Au final, l'idée serait de favoriser une consommation payante mais financée et gratuite pour les jeunes jusqu'à un certain niveau afin de leur mettre le pied à l'étrier. L'enjeu pour les médias qui seraient aidés, ce serait de fabriquer du contenu qui intéresserait les jeunes. Ce ne serait donc pas un système de financement et de subvention directe.

En conclusion, il explique que si rien n'est fait, la concurrence de Google et Facebook va faire disparaître la presse d'information. L'information est un bien quasi public qui doit être financé. L'éducation aux médias devrait d'ailleurs être un moyen de le financer. Les dépenses de plusieurs centaines de milliers de francs permettraient déjà des réalisations significatives. Par exemple, on pourrait garantir la presse d'information grâce à un plan de 3 à 5 années renouvelable en considérant que c'est une phase de transition.

La présidente remercie M. Badillo pour sa présentation et demande à M. Amez-Droz s'il souhaite ajouter quelque chose.

M. Amez-Droz répond par la négative.

Un commissaire Ve remercie M. Badillo pour son exposé. Il demande quelle est la différence entre le data et le trafic.

M. Badillo répond que le trafic c'est tout ce qui circule, par définition ce sont des éléments de data. Le trafic c'est le flux général d'informations alors que l'idée des data c'est de les travailler pour faire de l'argent.

Le commissaire Ve demande si cela signifie que ce sont des data travaillés qui circulent.

M. Badillo acquiesce.

M. Amez-Droz explique, à propos de l'industrie publicitaire qui est sujette à être bousculée par le marketing digital, qu'on constate une émergence de la publicité programmatique. Il précise que cette publicité implique des nouveaux métiers et du savoir-faire mais qu'ils sont essentiellement détenus par les entreprises des GAFAs. Il termine en déclarant que la publicité programmatique est un enjeu actuel, il s'agit de pouvoir personnaliser l'envoi d'un message publicitaire.

M. Badillo explique que si, par exemple, on lit la version numérique du Temps et qu'on s'intéresse à la santé et au diabète, la publicité programmatique va permettre à un groupe pharmaceutique de nous contacter.

Le commissaire Ve remarque que cela signifie que le journal devient un support publicitaire d'orientation.

M. Badillo acquiesce.

Le commissaire Ve demande, concernant la diffusion d'informations contrôlée par les GAFAs, ce que représente le trafic par rapport au lectorat.

M. Badillo répond qu'il n'y a pas de statistique sur cette question. Il précise que cela représente néanmoins un poids important et que les médias sont vraiment dépendants des GAFAs. Il explique que dans le passé, certains médias ont dit qu'ils ne voulaient plus que les articles soient mis à disposition des lecteurs gratuitement. A ce moment là, Google a fermé la porte et a dit qu'ils ne feraient plus de référencement sur Google. Les médias ont donc baissé les bras et ont demandé de continuer d'être référencés. C'est donc un pouvoir de monopole puisqu'à partir du moment où les acteurs doivent avoir du trafic pour avoir des données et pour avoir des ressources, s'ils ne sont plus référencés, c'est leur mort assurée.

Le commissaire Ve remarque que la proposition frugale de M. Badillo rejoint en partie la proposition socialiste du PL 12307. Il demande à M. Badillo ce qu'il pense de cette proposition socialiste et si c'est une proposition frugale.

M. Badillo répond qu'il y a une dotation initiale de 10 000 000 F à la fondation ce qui n'est pas frugal.

Le commissaire Ve remarque que le système de financement français est national alors que dans le PL on a une proposition cantonale. Il demande à M. Badillo si le type de fondation qui est prévu dans le PL doit être national ou cantonal.

M. Badillo répond que cette fondation peut être cantonale mais qu'elle doit être adaptée à la taille du canton. Il explique qu'il faudrait tester cette possibilité pendant un certain temps mais avec des sommes inférieures. Il faudrait par ailleurs aussi garantir l'indépendance éditoriale. Si ces deux éléments sont remplis, c'est-à-dire que ça ne coûte pas trop cher et que ça fonctionne bien alors on pourrait ensuite aller de l'avant. Il termine en déclarant que ce PL pourrait être une solution mais qu'on ne peut pas commencer par cela car ça coûte trop cher.

M. Amez-Droz rappelle qu'il y a eu de très fortes contestations de la part des médias suisses sur la révision de la loi électronique. M. SUPINO de Tamedia a notamment été très critique en considérant que c'était une très

mauvaise révision qui excluait constitutionnellement la presse écrite. Il existe donc une vraie réflexion sur la presse en voie de numérisation et il y a de vrais enjeux pour les cantons sur ces questions.

Il explique ensuite que des solutions cantonales pourraient exister à trois niveaux. Il y aurait tout d'abord une solution en matière d'innovation, notamment à travers l'éducation et la formation de la jeunesse car aujourd'hui la lecture des médias se perd. Il remarque qu'il y a un découplage observable chez les 12-15 ans car l'information et la communication sont mélangées, il n'y a plus de distinction entre les influenceurs et les journalistes. En termes de révolution des usages, le défi serait donc d'avoir des jeunes en formation qui soient encore capables de distinguer l'information de la communication. Il y a donc un enjeu cantonal à ce niveau là. Il faudrait également une volonté du DIP de faire des programmes qui permettraient d'enseigner les bonnes pratiques.

Il indique ensuite qu'il y a des acteurs numériques au niveau de startup, comme Heidi.news, qui auraient besoin d'un coup de pouce. Il précise que ces nouveaux acteurs numériques ne veulent pas d'aide directe sous forme de fonds publics. Les aides indirectes ne doivent donc pas être oubliées. Il rappelle qu'au niveau fédéral, les aides fédérales s'élevaient, il y a moins de 10 ans à 70 millions mais que les chambres fédérales les ont ramenées à 30 millions pour la presse locale et régionale. Il y a donc eu une chute drastique des aides alors que l'un des problèmes majeurs c'est la distribution postale du journal papier qui aujourd'hui est en train de disparaître.

Le commissaire Ve remarque qu'à l'époque on enseignait la lecture critique du journal dans les écoles. Il demande quand cette pratique s'est arrêtée et si elle a complètement disparue au DIP genevois.

M. Amez-Droz répond que cela existe encore au niveau des cycles et de l'école primaire.

M. Badillo précise que les pistes qu'il a proposées ne visaient pas à financer de l'éducation des médias sous cet angle là mais qu'il s'agissait plutôt de faire en sorte que les jeunes aient le réflexe d'acheter des magazines ou des applis en ligne pour lire des journaux. Il termine en déclarant que cela pourrait néanmoins être accompagné d'une forme d'éducation aux médias chez une certaine classe d'âge.

Le commissaire Ve répond qu'il faudrait au moins que l'action frugale subventionnée par l'Etat permette de faire le lien avec l'objet.

M. Badillo explique que cette solution est frugale car il s'agit d'une génération particulière de jeunes. Il considère que cela ne coûte pas si cher

de faire un premier dispositif. La dépense est relativement limitée, surtout si on considère que l'enjeu derrière c'est d'avoir une démocratie qui fonctionne.

Un commissaire S remarque que M. Badillo a expliqué que l'évolution, par rapport à la concentration du marché, était préoccupante. Il demande à M. Badillo s'il peut qualifier ce terme de préoccupant par rapport à l'aspect démocratique, à la diversité de la presse et à la survie des titres.

M. Badillo répond que la situation est préoccupante parce qu'il y a moins de titres, moins de journalistes et moins d'information qui est produite mais qu'en même temps on a une demande croissante des jeunes qui veulent consulter en permanence des choses nouvelles. L'écart est donc rempli par Facebook et ce genre de choses là.

Le commissaire S remarque que la deuxième piste que M. Badillo a mentionnée viserait à consommer via une appli en ligne de la presse payante. Il demande s'il faut comprendre cela comme un modèle du type « Spotify de la presse », c'est-à-dire qu'on s'abonnerait avec un tarif fixe, qu'on aurait accès aux articles de la presse payante à volonté et qu'il y aurait ensuite une redistribution selon les articles qui sont lus.

M. Badillo répond que l'aspect Spotify est un aspect technologique. Il explique qu'il faut absolument construire en parallèle la production du contenu car on peut avoir, avec le même mécanisme, des modèles vertueux ou pas en fonction du contenu. Si on a un modèle du type de Spotify qui incite les jeunes à payer des petites sommes et qu'en parallèle on fait ce qu'il faut pour amener du contenu alors cela pourrait être une bonne chose. Ce qui est vraiment important c'est d'avoir des journalistes indépendants qui produisent du contenu d'information. Il remarque qu'il y a beaucoup de startups qui se créent mais que souvent derrière on n'a pas de mécanisme de production d'information. En résumé, il explique qu'on pourrait avoir des modèles de type Spotify pour autant que ce soit couplé à quelque chose qui incite à la production d'information.

M. Amez-Droz explique que le problème de la jeune génération c'est qu'elle a baigné dans une culture de la gratuité. Il remarque que le réflexe d'acheter une information en ligne payante ne correspond plus à la culture des gens en matière de consommation des médias. Le premier défi est donc de restituer à l'acte d'achat une certaine valeur ajoutée. Il remarque qu'on parle toujours de qualité des médias mais il précise qu'on peut avoir un média populaire qui est de qualité au sens professionnel du terme. Par exemple, Le Matin qui est très décrié était professionnel en matière de conception. C'est pareil pour la gratuité, internet gratuit ou l'accessibilité à internet restent des valeurs universelles que tout le monde souhaite. D'une certaine manière, la

problématique aujourd'hui ce n'est pas tellement de casser la culture de la gratuité mais il s'agit, dans le bain d'internet, de distinguer des choses qui ont de la valeur ajoutée. Il termine en déclarant que l'acte d'achat n'est plus naturel aujourd'hui et qu'il faudrait à nouveau le rendre naturel.

M. Badillo explique que l'idée serait d'avoir des chèques media pour les jeunes. Cela permettrait d'un côté d'aider les médias à produire des produits qui correspondraient aux jeunes et de l'autre d'inciter les jeunes à consommer des médias. L'idée serait donc de réamorcer la pompe. Après, peut-être que la nouvelle génération ne serait pas intéressée par cela mais ce serait aussi aux médias de produire du contenu qui pourrait intéresser les jeunes. Il précise qu'il s'agirait de produire cela en version papier, à travers un magazine, mais aussi en version appli.

Un commissaire PLR indique qu'il a le sentiment qu'on essaie de conserver quelque chose que la société et l'économie ne veulent plus. C'est comme si on avait voulu sauver la machine à écrire ou les vinyles il y a 30 ans. Il remarque par ailleurs qu'on parle beaucoup des GAFAM mais qu'on ne parle plus d'IBM alors qu'il y a 25 ans on pensait qu'IBM allait tout « bouffer ». Il estime que si des nouveaux marchés se sont développés c'est qu'il y avait de l'argent à se faire, qu'il y avait de la concurrence et donc de l'innovation. Il explique qu'il a appris, en tant qu'économiste, que le marché décide de toute façon et qu'à chaque fois qu'on a des interventions étatiques, si elles ne sont pas très bien ciblées, elles posent un véritable problème. Il déclare que le journalisme est important mais que les journalistes le sont beaucoup moins puisqu'au final qu'il y ait 20 000 ou 40 000 journalistes, ce qui compte c'est ce qui en sort et l'information dont on a besoin.

Il remarque ensuite que les jeunes lisent énormément mais qu'ils lisent différemment. Il considère par ailleurs que les jeunes ont un esprit d'analyse qu'on n'avait pas avant. En effet, il explique qu'à l'époque, quand on avait une information on avait peu de moyens de la comparer alors qu'aujourd'hui quand on voit une information et si on a un doute on regarde un peu plus en avant. Aujourd'hui, on peut donc remettre en doute l'information qu'on reçoit alors qu'avant ce n'était pas le cas.

Il indique que les gens lisent de moins en moins les journaux papier car on arrive à avoir de l'information ciblée avec des revues de presse par thème. Il considère que, comme cela s'est fait avec Spotify ou Netflix, les gens vont s'abonner à ce dont ils ont réellement besoin. Les gens ne veulent plus payer pour quelque chose dont ils n'ont pas besoin et qui en plus leur fait perdre du temps.

Il remarque finalement que M. Badillo a parlé de beaucoup de titres romands qui ont disparu ces 20 dernières années. Il considère néanmoins qu'il y a aussi eu une très grande évolution depuis la dernière guerre sur le nombre de journaux qui ont été créés et qui ont pris la place d'autres. Il demande quels sont les titres qui ont été créés depuis 1950.

M. Améz-Droz répond qu'il y a eu 150 à 180 nouveaux journaux au cours du siècle dernier. Il explique que l'imprimeur du journal « La Suisse » a fait, pendant plus de 40 ans, des recherches dans lesquelles il a recensé tous les journaux disparus et créés.

M. Badillo précise qu'il n'a pas fait de plaidoyer en faveur de la presse puisqu'il a aussi parlé des applications. L'idée serait d'avoir un mixte entre la presse écrite et les applications. Il remarque ensuite que le commissaire PLR a indiqué que si les gens n'avaient pas envie de consommer d'information locale c'était leur liberté. Il explique que la différence entre un journal d'information locale et un CD ou un vinyle c'est que l'information est un bien public d'intérêt général. Il considère que les citoyens ont besoin d'information de qualité. Il rappelle par ailleurs que le bien d'information est un bien particulier qui alimente la vie démocratique. Il rappelle, pour finir, que nos sociétés ont quand même vécu jusqu'à aujourd'hui avec une démocratie alimentée par de la presse.

Le commissaire PLR demande ce qui lui fait dire que parce qu'on va subventionner quelque chose ce sera de bonne qualité.

M. Badillo répond qu'il n'a pas dit cela. Il explique qu'il faut tester, observer ce qui se passe, faire des analyses et mettre des garde-fous. Il indique qu'il a parlé d'innovations frugales car ça ne coûte pas cher mais que ça demande des règles éthiques et de la déontologie à un haut niveau.

M. Améz-Droz explique qu'il existe des expériences dans différents cantons, notamment le canton de Vaud qui dispose de mandats de prestations publiques. Il insiste sur le fait qu'il faut maintenir le journalisme et la couverture des débats publics en vie. Par exemple, les débats du Grand Conseil sont diffusés par Léman Bleu, il y a donc un mandat de prestations qui est confié à Léman Bleu afin d'assurer une couverture démocratique des débats. Il considère qu'il faut nuancer l'idée d'autorégulation par le marché car, aujourd'hui, on bascule dans une situation périlleuse où ce n'est pas seulement les médias en tant que titres et acteurs privés qui disparaissent mais c'est l'idée même d'un journalisme d'utilité publique qui est en cause car il y a une dégradation des conditions de travail. Les nouveaux vont subir une précarité extraordinaire qui fera que leur indépendance et leur autonomie ne seront pas

garanties. Il termine en déclarant que les mandats de prestations constituent donc, de ce point de vue là, une réponse possible.

M. Badillo explique que les journalistes et les médias ont produit, pendant deux siècles, des biens publics d'information en bénéficiant des recettes publicitaires des petites annonces. Comme aujourd'hui on leur enlève les recettes publicitaires, la question se pose de savoir ce qu'on fait du bien public, si on le supprime ou si on considère qu'il a une valeur.

M. Amez-Droz précise que cela n'échappe pas aux services publics malgré le vote « No Billag ». Il rappelle que M. Marchand a encore dit récemment à quel point les fenêtres publicitaires étrangères ramassaient le paquet de publicités. Il y a donc une vraie problématique de chute des revenus publicitaires qui rend périlleux l'équilibre. On sent bien que tous ces déséquilibres sont des questions politiques.

Le commissaire PLR répond qu'il croit à l'indépendance dans une moindre mesure car il y a des journaux très malins pour essayer d'obtenir des recettes publicitaires et mettre en avant telle ou telle entreprise sur une page ou sur un article. L'information est véhiculée par des êtres humains donc chacun va où ses intérêts l'amènent.

M. Badillo répond que c'est justement pour cela qu'il faut qu'il y ait suffisamment de concurrence d'information. S'il n'y a plus de concurrence c'est gênant car la logique de marché repose aussi sur la diversité. Quand cette diversité s'éteint la question qui se pose est celle de savoir si on doit réalimenter le système pour qu'il y ait de la diversité.

Le commissaire PLR demande si la diversité c'est le nombre de titres ou pas puisque la même information se retrouve presque dans tous les journaux. Le fait est que, la plupart des journalistes reprennent les communiqués de presse mot pour mot sans y apporter quelque chose tout en laissant le sentiment que c'est eux qui ont fait l'article alors que ce n'est pas le cas.

M. Badillo explique que c'est une tendance qui est expliquée par la concentration.

Le commissaire PLR remarque que c'était déjà le cas avec les dépêches. Les journalistes ont toujours travaillé comme ils travaillent aujourd'hui. En politique, par exemple, ils ne lisent pas le rapport de 300 pages, ils appellent le rapporteur et les opposants et ils leur demandent leur avis. C'est ensuite avec cela qu'ils font leur article.

M. Badillo répond qu'on peut espérer qu'il y ait quand même des bons journalistes. Si on part du principe que ce n'est pas le cas, alors cela ne vaut pas la peine de financer quoi que ce soit.

M. Amez-Droz déclare que si on laisse aller le marché on va vers une presse pour les riches et une presse pour les pauvres. En gros, la question est celle de savoir si on veut encore avoir un media au niveau cantonal qui suive la politique et l'actualité genevoises car la tendance à la concentration c'est tout à Lausanne. Il précise que c'est la même chose pour plein de médias régionaux. Il y a des cantons qui viennent à parler directement d'une aide comme les cantons du Jura et de Fribourg. Il explique qu'à Fribourg, il y a par exemple une aide directe avec la banque cantonale qui a une part du capital dans le journal « La Liberté ». Dans certains cantons, le débat est plus avancé qu'ici car ils ne sont plus en mode survie mais ils sont en mode décès. Il termine en déclarant que soit on n'a plus du tout de Tribune à moyen terme, soit on entre en dialogue avec ceux qui produisent ce type de support en leur demandant ce qu'il faut faire.

La présidente remarque qu'il y a encore 5 personnes qui ont demandé la parole. Elle demande aux auditionnés s'ils seraient d'accord de revenir.

M. Badillo acquiesce.

Une commissaire Ve demande si la prochaine fois il serait possible de donner plus d'informations sur ce qui est fait dans les cantons du Jura et de Fribourg.

M. Amez-Droz répond que, pour le canton de Vaud, au niveau gouvernemental ils ont un groupe de travail qui est assez avancé avec des mesures innovantes. Il s'agit de débats bien compris car en Suisse romande le problème est réel, même si la Suisse alémanique n'échappe pas à la concentration et à la disparition de titres.

M. Badillo propose aux députés de lui faire parvenir une liste de questions.

La présidente acquiesce.

Audition de M^{me} Alcaraz, Syndicom

M^{me} Alcaraz indique tout d'abord que Syndicom, en tant que syndicat, ne peut qu'approuver le PL du groupe socialiste visant à créer une fondation. Elle déclare néanmoins qu'elle y voit quelques limites, notamment le fait que cette mesure ne va pas aider grand monde sur Genève à part Le Courrier. Elle considère donc que le fait d'avoir le siège de la fondation à Genève est un peu trop réducteur. Elle indique ensuite que Syndicom est absolument d'accord sur tout le reste du PL.

Concernant les conditions de travail en usage dans la branche, elle considère qu'il serait bien que les médias qui seraient aidés adhèrent à la CCT

ou deviennent rapidement signataires. Dans les bonnes conditions de travail, il faudrait également au moins respecter le salaire minimum qui se monte à environ 5 800 F. Elle remarque par ailleurs que la réglementation sur l'enregistrement du temps de travail est très peu respecté et que le respect des honoraires pour les freelances est très difficile à contrôler et très peu pratiqué. Elle explique que les gens acceptent très volontiers de faire des piges pour beaucoup moins que ce qu'elles valent.

A propos du montant de la fondation, elle considère que le montant de 10 000 000 est plausible pour soutenir un projet mais qu'il paraît un peu faible pour créer un projet et respecter toutes les conditions.

Concernant la presse écrite, elle estime qu'il est important de ne pas être fataliste car la presse papier a encore une chance. Elle indique que pour Le Matin il y avait 200 000 lecteurs. Donc quand on voit qu'il y a des gens qui veulent créer un projet sur les cendres du Matin et qu'il y a un potentiel de lectorat cela vaudrait la peine d'encourager ce genre d'initiative. Elle termine en déclarant qu'il faut laisser une chance à la presse écrite.

Elle indique ensuite qu'il y aurait plusieurs manières d'aider la presse. Elle explique tout d'abord qu'il y a plusieurs titres qui ont de la peine à passer du papier au numérique. C'est par exemple le cas du Courrier pour lequel il a fallu demander une subvention afin d'obtenir des crédits pour pouvoir monter un vrai site internet. Ce genre d'aides pourrait être très intéressant.

Elle constate par ailleurs, que pour les médias online la TVA est trop élevée car ils doivent payer 8% de TVA contre 2.5% pour les autres. Il y aurait donc aussi quelque chose à faire à ce niveau là.

Un commissaire PDC indique que le TVA est de 7.7%.

M^{me} Alcaraz continue son exposé en expliquant que Syndicom estime qu'il faudrait également maintenir les aides indirectes, comme la distribution postale. Elle explique que Le Courrier a essayé de faire la promotion des journaux en incitant les collectivités locales à s'abonner. Elle indique aussi qu'à Nyon, pour aider le journal régional « La Côte », la ville a mis un certain montant dans les annonces. Ces exemples pourraient donc représenter des aides indirectes intéressantes.

Une autre aide qui pourrait être intéressante ce serait d'aider à l'abonnement, c'est-à-dire que soit on aiderait directement les gens qui prendraient un abonnement, soit on ajouterait une certaine somme chaque fois qu'un abonnement serait pris.

Concernant ensuite l'ATS, elle indique que pour Syndicom le soutien à l'ATS est primordial. Elle rappelle que beaucoup de petits journaux ont du mal

à payer l'abonnement à l'ATS qui est assez cher. On pourrait donc imaginer une aide pour l'abonnement à l'ATS.

Elle explique par ailleurs qu'il y a encore une rotative à Genève mais qu'elle est en grande difficulté puisqu'elle a licencié 20 personnes en début d'année. Il faudrait donc aussi aider les imprimeries pour continuer de vivre avec des journaux imprimés.

Il y aurait aussi la possibilité de soutenir la formation en aidant les écoles et les instituts de formation journalistique. Elle explique que les éditeurs engagent de moins en moins de stagiaires ce qui pose problème pour la formation. Il faudrait donc inciter les éditeurs à engager des stagiaires.

Un commissaire PLR remarque que les stagiaires ne sont pas payés au Courrier.

M^{me} Alcaraz répond que les stagiaires RP sont payés alors que les stagiaires pour trois mois sont défrayés.

Elle propose ensuite de créer des taxes d'utilisateur de contenu journalistique à payer par les moteurs de recherche comme Google ou Facebook puisque les gens mettent des articles en ligne où des références qui génèrent de la publicité mais qu'il n'y a jamais d'argent qui revient aux journaux.

Concernant les deux autres motions, elle indique que Syndicom est évidemment pour une presse forte, indépendante et de qualité. Concernant la motion sur l'Hebdo, elle remarque qu'il n'y a pas eu grand chose à faire. Elle rappelle par ailleurs que les éditeurs sont devenus essentiellement des financiers et que ce ne sont plus des gens de métier car leur vision est purement financière. Elle rappelle, qu'avec la crise qui a traversé Tamedia, il y a eu des licenciements à La Tribune de Genève et 24 heures, qu'ils ont ensuite licencié une dizaine de personnes au Matin et qu'ils ont concentré les rubriques « économie », « Suisse » et « monde » de ces trois titres à Lausanne. Elle termine en déclarant qu'ils sont en pleine négociation du plan social mais que c'est compliqué d'obtenir quoi que ce soit.

La présidente demande si elle pourrait transmettre sa position écrite à la commission.

M^{me} Alcaraz acquiesce.

Un commissaire S remarque que M^{me} Alcaraz a dit que les négociations étaient très difficiles. Il demande comment les choses se passent avec les employés. Il remarque que, lorsqu'il y a eu une grève des employés de Tamedia, la direction a été intransigeante et a puni les grévistes en procédant à des retenues sur leurs salaires. Il demande ensuite comment elle voit

l'évolution des gens qui travaillent dans les médias. Il demande s'il y a de plus en plus de personnes qui se syndiquent pour être défendues ou pas. Il demande pour finir quel est le pourcentage de membre de Syndicom par rapport à l'ensemble des employés des titres en Suisse romande.

M^{me} Alcaraz explique, concernant la grève, que lorsqu'elle a été votée, il était clair qu'il y aurait un risque de retenue sur salaire. Tout le monde en était bien conscient, c'était un risque que tout le monde prenait. Elle explique que ce qui a posé problème c'est le fait qu'on entre en médiation avec le Conseil d'Etat vaudois. Elle explique que le conseil d'Etat vaudois a présenté son aide et qu'une des conditions était qu'il n'y aurait pas de mesures prises contre les grévistes. Elle précise que, pendant le laps de temps où on était en médiation, il n'y a pas eu de licenciement mais que dès Tamedia a quitté la table des négociations, des sanctions financières ont été appliquées. Concernant l'avenir de ces personnes, elle explique qu'il y en a énormément qui ne retrouveront rien car le marché est très serré étant donné que Tamedia détient la moitié des titres en Suisse et que les autres rédactions sont déjà complètes. Il faut donc se lancer dans de nouveaux projets. Elle répond pour finir que Syndicom comprend 2 000 membres journalistes sur toute la Suisse.

Un commissaire S demande s'il y a eu une évolution par rapport au nombre de membres.

M^{me} Alcaraz acquiesce. Elle explique qu'il y a eu une évolution positive mais elle précise que ce ne sont pas forcément des gens qui vont rester dans le métier. Par exemple, sur les 4 personnes qui ont démissionné à la Tribune de Genève, une seule va rester dans le métier.

Le commissaire S demande quel est le chiffre d'abonnés de « Bon pour la tête ».

M^{me} Alcaraz répond qu'elle ne sait pas. Elle explique que le problème de « Bon pour la tête » c'est que les gens qui contribuent ne sont pas forcément payés. Ils font les choses bénévolement.

Un commissaire Ve remarque que M^{me} Alcaraz a dit qu'il y avait 200 000 lecteurs quand Le Matin est tombé. Il faut donc espérer que ces 200 000 lecteurs se reportent sur d'autres journaux Tamedia comme le 24 heures et la Tribune. Il demande si, dans les chiffres du lectorat, il y a eu une évolution favorable de la Tribune ou du 24 heures.

M^{me} Alcaraz répond que, pour le moment, il est trop tôt pour voir une évolution. Elle indique néanmoins que les gens vont plutôt se rabattre sur le 20 Minutes, ce qui pose un énorme problème. Elle explique que la communication de Tamedia se fait toujours de manière subtile. Ils n'ont par exemple pas annoncé la fin du Matin mais ils ont annoncé que Le Matin allait devenir 100%

numérique. Elle explique qu'ils ont proposé, pendant la période de consultation, qu'au lieu d'avoir 10 journalistes pour lematin.ch qu'il y en ait au moins 15 de plus. Elle indique qu'ils ont également proposé de rattacher ce journal numérique au *Matin Dimanche* qui n'a pas de site. Elle précise qu'ils n'ont malheureusement rien voulu savoir. Elle termine en déclarant que pour 20minutes.ch on a déjà 30 personnes et que ces deux journaux numériques ont le même format et qu'ils traitent des mêmes sujets. Donc à terme on voit mal comment les deux vont pouvoir subsister.

Le commissaire Ve demande si *Le Matin* a donné des chiffres de fréquentation de son site.

M^{me} Alcaraz répond par la négative.

Le commissaire Ve indique qu'il serait intéressant de savoir si l'effet de concentration et de redéploiement a eu un effet de conservation du lectorat.

M^{me} Alcaraz explique qu'ils veulent surtout conserver des partenariats. Elle rappelle que *Le Matin* avait plein de partenaires, notamment avec le Paléo et le Montreux Jaz Festival. Elle termine en déclarant que c'est pour cette raison qu'ils ne veulent pas lâcher la barque.

Le commissaire vE demande ce que signifie le terme de « stagiaire RP ».

M^{me} Alcaraz répond qu'il s'agit de stagiaires qui sont inscrits au registre professionnel. Elle explique qu'il y a deux moyens pour obtenir l'inscription au RP ; soit en faisant une formation et en étant engagé par un journal, soit en prouvant que cela fait deux ans qu'on travaille pour un média suisse et que cela représente 50% de notre revenu.

Le commissaire Ve demande s'il y a un salaire minimum pour les stagiaires RP dans la CCT.

M^{me} Alcaraz acquiesce. Elle indique que le salaire minimum est de 3 200 F pour la première année et qu'il augmente un peu avec le temps.

Le commissaire Ve demande si tous les journalistes, qui ne sont plus stagiaires, sont des journalistes RP ou s'il existe des journalistes qui ne sont pas RP.

M^{me} Alcaraz répond qu'il y a des journalistes qui ne sont pas RP. Elle explique que le RP est délivré par les trois syndicats de média sur candidature. La personne doit remplir un document puis ensuite c'est un comité de la branche composé de militants qui accepte ou pas de délivrer le RP en fonction des critères. Elle précise que pour les freelances, c'est compliqué d'obtenir le RP surtout quand les titres disparaissent, qu'on réduit les effectifs et qu'il n'y a plus de travail. Elle indique par ailleurs qu'ils ont remarqué que pour les journalistes il y a un statut spécial de freelance c'est-à-dire que l'employeur

paie une partie des cotisations sociales. Ce sont donc des semi-indépendants. Elle termine en déclarant qu'il y a de plus en plus d'éditeurs qui demandent aux journalistes de devenir indépendants ce qui devient très difficile pour survivre.

Le commissaire Ve demande s'il faut être syndiqué pour être enregistré au RP.

M^{me} Alcaraz acquiesce.

La présidente remarque que M^{me} Alcaraz a dit, à propos du PL 12307, qu'à Genève, elle ne voyait pas très bien qui pourrait bénéficier d'une fondation à part Le Courrier et qu'il faudrait plutôt envisager quelque chose de supracantonal. Connaissant la difficulté qu'il y a pour mettre en place quelque chose d'intercantonal, voire de national, elle demande si cela ne vaudrait pas plutôt la peine de commencer à l'échelle cantonale quitte à appeler ensuite à la mise en place de collaborations avec d'autres cantons. Elle demande finalement si M^{me} Alcaraz a entendu parler de projets à Genève.

M^{me} Alcaraz répond qu'elle a entendu parler de projets mais pas sur Genève. Elle précise qu'elle n'est cependant peut-être pas au courant de projets qui pourraient avoir lieu sur Genève. Elle termine en déclarant qu'il faut bien commencer quelque part mais que c'est un peu tard, il faut maintenant aller vite.

Le commissaire Ve explique qu'une autre solution envisageable serait de prévoir des financements publics, soit indirects soit par mandat de prestations spécifiques. Il demande si elle a connaissance de ce type de fonctionnement en Suisse romande.

M^{me} Alcaraz répond que Le Courrier a certaines pages qui sont subventionnées comme la page « égalité ». Le commissaire Ve demande si c'est subventionné par page ou par sujet.

M^{me} Alcaraz répond que c'est subventionné par rubrique.

Le commissaire Ve demande ce qu'elle pense de cette forme de financement. Il rappelle que c'est ce que fait l'OFCOM pour l'information civique et citoyenne en finançant la télévision. Il demande si on pourrait faire la même chose pour la presse écrite.

M^{me} Alcaraz acquiesce. Elle explique qu'à partir du moment où les critères sont très clairs et que l'indépendance du titre est garantie, cela ne pose aucun problème.

Une commissaire Ve demande, par rapport à la formation des jeunes, s'il y a de moins en moins de jeunes appelés par ce métier à cause des conditions

difficiles en termes de débouchés ou si c'est plutôt une fois qu'ils se sont engagés que les choses deviennent difficiles.

M^{me} Alcaraz répond que c'est une fois qu'ils se sont engagés que les choses deviennent compliquées car il y a très peu de places de stage.

Le commissaire Ve demande s'il existe des possibilités par des plateformes numériques pour palier à ces difficultés.

M^{me} Alcaraz répond que ce n'est pas encore le cas à sa connaissance. Elle explique qu'il y avait eu l'idée de créer un réceptacle d'articles et de les revendre par le biais de la fondation FIJU mais que pour le moment cela n'a pas encore été mis en place. Elle précise que cela pourrait néanmoins être une solution.

Audition de Christine Gabella, Secrétaire générale de Medias Suisses, Stéphane Estival, membre du comité de Médias Suisses et directeur général d'ESH Médias et Dominique Diserens, Secrétaire cantonale d'Impressum

M. Estival commence par se présenter. Il explique qu'il fait partie du comité Médias suisses en tant que directeur général de ESH Médias qui appartient à un actionnaire 100% Suisse, M. Philippe HERSANT. Il remercie ensuite les députés pour leur intérêt pour les médias en général et en particulier leur intérêt pour les aides directes et indirectes à la presse.

Il explique en préambule, qu'alors que la presse bénéficie d'aides indirectes, Médias suisses a pris position pour dire qu'ils n'étaient pas fermés à des aides directes. D'une façon générale, il considère que, si le PL est très intéressant, il est quand même important de pouvoir discuter des modalités de son exécution car il y a un certain nombre de critères qui y sont posés ou envisagés. Il termine en remarquant que l'objet de la discussion porte sur les médias existants ou à créer.

M^{me} Gabella remercie les députés d'avoir associé Médias suisses à la discussion sur le PL car il est très important pour eux de pouvoir s'exprimer dans le cadre de ces projets d'aides aux médias écrits. Elle explique que Médias suisses représente les éditeurs de presse écrite, dans toute la Suisse romande, dont l'activité principale est la publication d'un média écrit que ce soit sous forme papier ou internet. Elle précise que Médias suisses ne représente pas le groupe Ringier qui a quitté l'association en 2015.

M^{me} Gabella remarque que la réflexion, telle qu'elle est proposée dans les différents objets parlementaires qui leur ont été soumis, n'est pas nouvelle puisque cela fait depuis un an et demi qu'a commencé la réflexion sur la

question de savoir comment venir en aide à la presse. Elle précise que cette préoccupation est au cœur de leur activité d'association mais que leur réflexion est portée plus particulièrement sur les éditeurs de presse, qui pour certains, sont présents en Suisse depuis des années.

M^{me} Gabella continue en indiquant qu'ils regrettent un peu ce sentiment qu'il y a d'opposer l'ancien monde et le nouveau. Elle remarque que la question se pose de savoir si la préoccupation visant à faire émerger des nouveaux acteurs est, n'est pas, ou devrait être compatible avec les acteurs existants. Elle rappelle que la réalité du marché est difficile et compliquée. Elle précise que leur association est très consciente du fait que les éditeurs en Suisse romande et les tous petits éditeurs n'ont pas les mêmes perspectives de développement. Ils ont cependant à cœur de dire qu'il y a un secteur d'activité qui doit se transformer et se renouveler sans faire d'opposition entre ce qui est à créer et ce qui existe.

Ils tiennent à faire entendre leur voix qui consiste à dire que c'est sur la complémentarité entre l'ancien et le nouveau monde mais aussi entre les acteurs privés et les acteurs publics qu'il faut trouver des solutions solides et pérennes. Elle remarque qu'aujourd'hui, il y a parfois, dans le discours politique, un clivage entre les médias traditionnels et les nouveaux acteurs. Elle explique que Médias suisses essaie de trouver une voie plus inclusive pour l'ensemble des acteurs.

Elle indique ensuite, par rapport à l'ensemble des objets parlementaires qui leur a été soumis, qu'ils ne peuvent que partager la préoccupation du devenir des médias écrits, surtout à l'heure actuelle où il faut se battre pour essayer de les faire exister. Elle précise qu'ils sont aussi conscients que la réunion d'actions de la commission concerne avant tout le canton de Genève. Elle indique néanmoins que la réflexion et la préoccupation de Médias suisses portent sur la Suisse romande et que par certains aspects c'est déjà très petit comme secteur.

Elle souligne par ailleurs le fait qu'ils ont aussi une association en Suisse alémanique. Elle précise que l'association romande est totalement indépendante de l'association alémanique. Cela signifie qu'ils prennent chacun position de manière indépendante même s'ils sont souvent d'accord. Elle précise que l'association alémanique a une force économique et un terrain d'action supérieurs à celui de la Suisse romande ce qui signifie que, plus on va sur des terrains régionaux, et plus c'est compliqué. Elle termine en déclarant que, sur le principe, le fait de vouloir faire émerger des nouveaux médias et soutenir l'écrit, peu importe le support, est une préoccupation et un souhait légitimes.

M. Estival insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas d'opposer les médias existants et les médias à créer. Il explique que les médias existants se bougent beaucoup pour s'adapter aux transformations du secteur, tant sur le « marché lecteurs » que sur le « marché annonceurs ». Il précise que le groupe ESH Médias est un groupe qui comprend exclusivement des médias régionaux. Il explique qu'ils investissent beaucoup dans la transformation de leurs méthodes et de leurs approches sur le marché de lecteurs. Ils investissent dans des outils, dans la création de nouvelles offres et de nouveaux produits mais aussi dans la formation. Ils font vraiment un énorme travail.

Il est donc difficile d'opposer les médias existants et à créer et d'aider en premier les médias à créer et d'oublier les médias existants. Il rappelle en effet que les médias existants sont des marques médias et qu'ils ont une affinité très forte avec leur territoire. Il s'agit aussi d'un savoir-faire et des lecteurs très importants. Il considère qu'il y a donc déjà beaucoup à faire pour aider et favoriser l'évolution et la mutation des médias existants.

M^{me} Gabella indique, à propos du PL 12307, que la notion de « sans but lucratif » est importante car on la retrouve à plusieurs étapes législatives en Suisse. Elle explique que Médias suisses comprend bien la légitimité de la préoccupation qui consiste à dire que ce n'est pas le rôle de l'Etat d'investir de l'argent public dans des structures de type commercial et que l'argent public doit être utilisé pour le service public.

Elle remarque à ce propos que la votation « No Billag » a eu un mérite, celui de mettre au cœur du débat la notion de service public puisque dans le fond, plus que de médias, on parle d'informations du service public. Du côté de Médias suisses, elle explique qu'ils ont la conviction que c'est de cela dont il faut parler plus que du vecteur qui fournit la prestation. Dit autrement, l'Etat doit, ou plutôt peut, mettre de la valeur derrière un certain nombre d'informations.

Médias suisses tient à ce que le niveau d'information du public soit maintenu, que les informations soient de qualité et qu'elles correspondent à des critères journalistiques. Elle considère que ce service a un prix mais qu'ils sont prêts à le payer si les conditions qui se trouvent dans le contrat de prestation sont respectées et contrôlées.

Ainsi, si on dit que les organisations doivent être des entités à but non lucratif, cela exclu de facto la quasi totalité des acteurs de presse écrite qui sont organisés en structure de type commercial. Elle précise en outre que ces acteurs sont prêts à fonctionner dans la logique du partenariat public-privé. Il y a d'ailleurs déjà des exemples de prestations de service public qui sont fournies par des entreprises privées pour lesquelles le partenaire public met un certain

nombre de conditions pour avoir une prestation qu'il est prêt à payer et dont il contrôle le bon déroulement. Elle déclare que Médias suisses préfère cette logique là plutôt que celle de l'entité à but non lucratif qui exclurait une bonne partie des acteurs de la presse écrite actuelle.

Elle indique ensuite que la notion des conditions de travail est essentielle. Il est en effet important que les personnes qui fournissent les prestations respectent les conditions de travail dans la branche. Elle rappelle qu'en Suisse romande il y a une convention collective de travail pour la presse écrite mais que ce n'est pas le cas en Suisse alémanique. Elle précise cependant qu'ils sont en train d'en renégocier une mais que c'est un long parcours qui n'est pas sans complexité.

Elle explique, par rapport aux conditions de travail, que Médias suisses a constaté que les nouveaux acteurs qui émergeaient peinaient à appliquer les conditions de travail telles qu'elles sont prévues dans la CCT. En effet, elle explique que dans cette CCT, le salaire d'entrée est exigeant et qu'il y a des conditions de travail avec une couverture sociale et des protections élevées. Ces structures, qu'on peut qualifier de startup, ont donc de la peine à appliquer ces conditions de travail qui sont celles que doivent appliquer tous les membres de Médias suisses. Elle termine en déclarant que c'est pour cela qu'il est important de ne pas exclure les acteurs existants qui ont porté cette CCT depuis des dizaines d'années.

M. Estival explique qu'il est très difficile de développer des nouveaux médias, de nouvelles offres, de nouveaux produits et d'être capable de faire vivre cela au delà d'une période de deux ans. Il remarque que, selon le PL, une aide serait donnée à la fois pour la partie investissement et pour la partie fonctionnement et qu'elle pourrait être renouvelable après deux ans. Cela signifie que le projet devrait avoir atteint un certain rythme de croissance qui l'amènerait à être autonome afin de permettre le soutien d'autres projets. Il insiste sur le fait que, réussir au bout de deux ans à faire vivre des projets, est extrêmement difficile. Il explique que ESH Médias développe des projets innovants mais que c'est très difficile. Heureusement qu'il y a des activités existantes qui permettent d'aider commercialement ou financièrement sinon les projets auraient une durée de vie très limitée.

M^{me} Gabella indique que leur attention s'est aussi portée sur l'idée de coexistence, dans le même écosystème, de structures qui bénéficient de fonds publics et de structures qui n'en bénéficient pas. Elle remarque que, si on sort de la famille des médias écrits, c'est une notion qu'on connaît car il existe une coexistence entre la presse écrite et des médias qui touchent la redevance. Si on voit que cette coexistence est possible, qu'elle se fait et qu'elle n'exclut pas

les coopérations et les collaborations de toute sorte, on voit bien qu'elle atteint ses limites quand on parle d'internet.

Elle explique qu'ils ont constaté que, dans certaines régions, si les acteurs qui touchent une partie de l'argent public sont en mesure de l'utiliser pour mettre en ligne du contenu de qualité gratuit, cela fait une concurrence très compliquée à la presse écrite dont on sait que les nouveaux modèles économiques passent par la disponibilité des utilisateurs à payer une partie des contenus qui les intéressent. C'est donc très compliqué d'obtenir des utilisateurs qu'ils paient pour obtenir de l'information lorsqu'ils peuvent obtenir cette même information de manière gratuite. Par exemple, dans le canton du Jura, il y a de plus en plus de personnes qui se désabonnent de la version en ligne du quotidien d'information car elles peuvent avoir accès à cette même information par le biais du site de la radio locale.

M. Estival précise que le site de la radio locale est aidé par la redevance.

M^{me} Gabella indique qu'ils sont attentifs à ce type de biais qui freinent le développement de certains médias sur internet en permettant à d'autres, parce qu'ils ont une source de financement publique, de pouvoir mettre du contenu gratuit sur internet. Elle précise qu'ils mènent aussi ce combat au niveau fédéral. Elle termine en déclarant que, dans la réalité des titres régionaux qui sont dans une proximité avec un bassin de population, cela pose des vraies questions.

M. Estival indique qu'ils comprennent bien les réticences à financer des médias existants. Ils pensent cependant que le fait de financer des nouveaux médias est une idée intéressante mais qu'elle est très difficile à mettre en œuvre. En revanche, autour de l'idée d'un partenariat public-privé, il y a des choses à mettre en œuvre. Par exemple, il explique qu'au sein de ESH Médias, ils ont créé, dans chacune des régions, une plateforme purement digitale afin de mettre en valeur toute la vie culturelle de ces régions. Cela permet de faire vivre les organisateurs de manifestations, la culture locale et cela permet aussi aux éditeurs de jouer leur rôle. Il déclare pour finir qu'il y a des thématiques à identifier autour desquelles des partenariats publics-privés pourraient se mettre en œuvre sans pour autant opposer les médias existants et les médias à créer.

La présidente demande aux auditionnés s'ils souhaiteraient s'exprimer sur les autres textes.

M^{me} Gabella répond que la motion sur l'ATS a retenu une partie de leur attention car l'ATS est un gros dossier. Elle explique que c'est un dossier national sur lequel ils sont particulièrement impliqués puisque Médias suisses est un des actionnaires. Elle précise que si, avant la fusion, ils avaient 10% d'actions ils en ont toujours à-peu-près autant aujourd'hui. Elle rappelle que

l'ATS est une société qui a connu une année extrêmement difficile avec une crise dont on mesure encore aujourd'hui l'impact sur les collaborateurs.

Elle explique que Médias suisses défend l'idée selon laquelle il faut donner une chance à cette structure. Il faut redéfinir ses conditions et entreprendre un processus de reconstruction afin de pouvoir remonter la pente et permettre à l'ATS de retrouver la place qui était la sienne avant la fusion.

Elle précise que l'ATS n'a pas passé en mains autrichiennes. Les autrichiens ne sont pas majoritaires car ils n'ont pas la majorité des actions. L'ATS est encore à plus de 70% en mains suisses.

Elle explique que l'ATS est très conditionnée à la réalité sur le marché des médias qui est très compliquée et très difficile. La crise a impacté l'ATS comme elle a impacté un certain nombre de médias ces dernières années mais il y a une vraie volonté d'essayer de redonner une stabilité et une sérénité à l'ATS. Cela va aussi passer par une négociation avec la Confédération pour un partenariat public-privé puisque la Confédération a prévu une aide à l'ATS à hauteur de 2 millions à partir de l'année prochaine.

Elle remarque qu'il y a des critiques à formuler sur ce qui s'est passé et que la crise a véritablement marqué tous les esprits mais que cette crise a aussi permis de montrer l'attachement à cette agence qui fait partie du patrimoine national. Le partenariat public-privé doit donc se faire avec la structure qui existe, l'idée étant d'asseoir la présence de l'ATS en Suisse romande.

Elle rappelle pour finir que la rédaction romande de l'ATS est fortement déficitaire, elle pu vivre pendant longtemps mais aujourd'hui la solidarité nationale est terminée. Les informations en Suisse romande sont donc menacées. C'est pourquoi, c'est à celles là que la Confédération propose de donner un appui.

Elle explique qu'il y a une vraie réalité romande sur laquelle ils espèrent trouver un consensus afin de pouvoir donner à l'ATS les moyens de rebondir mais aussi indirectement les moyens d'aider les éditeurs ou la presse. Si on crée de nouvelles structures de médias, peut-être qu'elles travailleront aussi avec l'ATS sous une forme ou sous une autre. Il s'agit donc de faire en sorte que l'ATS puisse travailler à des prix qui soient plus compétitifs. Ce serait une aide indirecte à la presse qui serait vraiment bien venue. Elle termine en déclarant que cette entreprise a sa place en Suisse. Médias suisses est fermement opposé à ce que ce soit la SSR qui reprenne cette mission.

M. Estival explique qu'il y a une grosse pression de la part des éditeurs sur les prix de l'ATS. Depuis 2011, on a des baisses de chiffre d'affaires de l'ordre de 15% par an et parfois même plus pour certains médias. Il y a donc une baisse des revenus extrêmement forte. Il précise que les éditeurs ont fait des efforts

très importants au niveau local pour adapter leurs rédactions aux baisses de chiffre d'affaires afin d'éviter la disparition des titres. Ils ont donc dû trouver des solutions pour maintenir leurs services d'information locale au niveau souhaité. Mais à côté de cela, ils se sont rendus compte que les prix de l'ATS étaient toujours les mêmes. Il y a donc eu une pression très forte sur les prix ce qui a compliqué les choses à la fois pour les éditeurs et pour l'ATS.

Il précise que paradoxalement, il y a aussi eu une pression sur la qualité de l'information. Il explique que les éditeurs veulent que l'information suisse ait un prisme local mais que l'ATS n'est pas forcément en capacité de le faire. C'est pour cela que la plupart des quotidiens régionaux, en dehors de Tamedia, se sont organisés entre eux, autour de La Liberté, pour produire des contenus suisses avec des angles romands adaptés aux besoins de chacun. Une fois encore c'est un problème par rapport à l'ATS car elle n'est pas capable de délivrer ce type de traitement.

En résumé, il y a une problématique de prix mais aussi une problématique d'adéquation entre ce qui est délivré et ce qu'attendent les éditeurs qui ne veulent pas se contenter de délivrer un contenu neutre et commun qui ne répond pas à des problématiques. En conclusion, le sujet de l'ATS est très compliqué. Ce n'est pas parce qu'il y a eu cette recapitalisation et cette fusion que les choses sont réglées.

La présidente demande s'ils souhaitent s'exprimer sur la M 2411-B.

M^{me} Gabella explique que la réponse de cette motion est celle du contexte général de la difficulté de la presse et de la concentration des rédactions. Elle remarque qu'on revient là dans des positions plus fondamentales défendues par l'association. Elle considère qu'il est compliqué de pouvoir parler de ce qui se passe au niveau de la presse quand on voit que la presse est un paysage polymorphe. Si on parle de la presse portée par les groupes nationaux, ce n'est pas la même presse que celle portée par les éditeurs régionaux. On est donc très rapidement, avec ce type de préoccupations, autour de problématiques qui touchent les médias et plus seulement la presse.

Aujourd'hui, même avec ce mouvement qui se fait vers le digital, on voit que l'écrasante majorité des votants et des personnes qui s'expriment au niveau démocratique le font à partir d'un journal qu'ils ont lu. Donc le digital augmente mais dans des propositions qui sont relativement faibles. Si on regarde la publicité, on voit une migration passive qui ne va plus dans les médias qui font des contenus d'information.

M. Estival explique, qu'au niveau du marché des lecteurs, 85% de la diffusion se fait par abonnement papier. Cela signifie que 85% des abonnés acceptent encore d'acheter le papier. Il explique que le papier résiste fortement,

à tel point qu'ils ont décidé d'investir dans une imprimerie en Suisse romande alors qu'aujourd'hui tout le monde se concentre.

Concernant le marché annonceurs, il explique que la situation est presque la même. Sur les marchés locaux, il y a encore une très bonne résistance des offres papier parce que les quotidiens régionaux ont des audiences très fortes de l'ordre de 60% du lectorat. Cela signifie que 60% des habitants lisent un média local. Comme cette audience est très forte, c'est un outil publicitaire très intéressant. Donc on résiste pour le papier aussi sur le marché annonceurs. Là aussi il y a environ 15% du chiffre d'affaires qui est fait sur le digital.

Il indique que, là où ils ont du mal, c'est sur le marché national. Il explique qu'ils ont vécu des érosions catastrophiques depuis le début des années 2000. Il rappelle que la concurrence de la télévision et d'internet a cassé les prix. Le taux de remise était de l'ordre de 20 à 30% il y a 4 ans alors qu'il est de l'ordre de à 50 à 60% aujourd'hui.

En résumé, la transformation vers le digital est indispensable car les nouveaux abonnés sont recrutés sur le digital mais les anciens abonnés sont très fidèles et constituent encore un vivier extrêmement fort.

Un commissaire S demande un tour d'horizon, dans la presse écrite romande, de ceux qui sont encore indépendants et qui n'appartiennent pas à des grands groupes.

M. Estival répond qu'il y a d'un côté Tamedia et puis de l'autre, les petits en dehors de Tamedia. Ceux qui appartiennent au groupe ESH Médias sont ; Le Nouvelliste, Arcinfo et La Côte pour les quotidiens. Il précise qu'ils sont aussi très proches d'autres quotidiens régionaux comme La Liberté, Le Quotidien Jurassien et le Journal du Jura.

Le commissaire S remarque qu'on a souvent l'impression que Genève est un bassin de lecteurs trop petit pour avoir une presse cantonale alors que pourtant on a des exemples inverses dans les autres cantons.

M. Estival répond que le groupe ESH Médias comprend avant tous des éditeurs qui vivent à 90% de l'édition des quotidiens ce qui signifie qu'il n'y a pas d'activités digitales hors médias qui permettent de gagner de l'argent. Il explique par ailleurs qu'ils savent qu'ils ne peuvent pas discuter avec Tamedia puisque les intérêts entre un grand groupe et ceux des petits ne sont pas les mêmes. Donc c'est pour cela qu'ils essaient de survivre et de se développer. Il indique par ailleurs qu'ils se situent sur des territoires plus ruraux où les conditions ne sont pas forcément les mêmes qu'à Genève.

M^{me} Gabella explique qu'en Suisse allemande il y a des grands groupes, des moyens et des petits. Le paysage est donc plus équilibré à tous les étages ce qui permet de créer un marché diversifié. En Suisse romande, par contre, on

a un très gros acteur, des petits acteurs et des tous petits. En Suisse romande, elle explique qu'on vient d'un paysage médiatique qui a pu vivre de manière riche mais que maintenant on se rend compte que cela devient très compliqué de maintenir cette diversité.

Un commissaire Ve remarque qu'actuellement on parle de crise avec des mutations. Il rappelle que la presse écrite c'est de la diffusion d'information neutre et indépendante. Il remarque que ce rôle est en train de changer pour un outil d'orientation de trafic data. Il explique que ce qui l'intéresse, d'un point de vue politique, c'est le maintien de la diffusion d'une information locale, politique et citoyenne qui permette aux citoyens de comprendre les échéances et les votations. Il remarque que M. Estival a parlé de 70% du lectorat qui se déterminait par l'information écrite. Il explique que c'est cela qui l'intéresse car c'est le pilier de la vie démocratique.

Concernant la situation et les moyens, il remarque qu'il y a deux solutions ; le projet de fondation et le PPP. Il considère cependant qu'il y a aussi le financement par des subventions de l'OFCOM. Il demande si on pourrait envisager ce dernier moyen pour la presse écrite, que ce soit au niveau cantonal ou pluricantonal, qui serait orienté sur la production d'information citoyenne.

M^{me} Gabella répond que, dans le fond, le PPP c'est l'idée que l'autorité publique puisse cerner quelles sont les informations importantes pour la vie démocratique, pour lesquelles il est légitime de mettre de l'argent public et que ça fasse l'objet d'un contrat. Concernant les possibilités d'investir de l'argent public dans le maintien de la diversité des titres, elle rappelle que l'OFCOM est la haute autorité de distribution de la redevance. Elle rappelle par ailleurs que la Constitution n'offre pas de base légale pour le soutien direct à la presse.

Elle explique qu'on peut néanmoins, dans une optique de transformation de la presse écrite, utiliser l'outil de l'aide de distribution sous forme de rabais postaux. Cet outil a deux immenses mérites. Premièrement, il existe une base constitutionnelle légale pour aider les éditeurs par l'envoi de journaux. Deuxièmement, c'est un outil indirect donc un mécanisme très respectueux de l'indépendance rédactionnelle.

Elle précise qu'il ne s'agit pas d'aller enlever des ressources à la SSR ou aux radios locales mais il s'agit de plutôt demander une partie du surplus de la redevance qui lié à l'augmentation de la population.

L'avantage de cet outil est qu'il permet d'aider une branche au niveau de tous les titres. Il s'agit d'aider tout le monde de manière proportionnelle. C'est d'ailleurs une contribution qui peut être vue comme une contribution d'aide à la transformation des médias. Elle termine en déclarant que c'est ce qui leur semble le plus pragmatique.

M. Estival précise qu'il s'agit d'arriver à travailler de concert avec les institutions locales et le commerce local afin de permettre le développement du commerce local.

Le commissaire Ve remarque qu'il y a un problème en matière d'effondrement des ressources publicitaires. Il demande comment ils comptent récupérer ces ressources publicitaires qui sont passées sur d'autres supports.

M. Estival répond que les investissements publicitaires des acteurs économiques locaux n'ont pas forcément baissé aux cours des 10 dernières années mais qu'ils se sont déplacés hors médias. Il faut donc trouver une offre qui permette aux commerçants locaux de se repositionner et de trouver des solutions afin de leur permettre de reprendre des parts de marché sur le publicitaire local. Il considère que c'est de cette manière là qu'on arrivera à aider le commerce local et à survivre. La résilience est vraiment locale.

Un commissaire PDC explique que, ce qui est sous-entendu derrière ce PL, c'est une pluralité de la presse avec un vrai débat démocratique à la clé. Il remarque que le matin, entre 7 et 8h, il y a la revue de presse sur la radio. Il indique qu'il est toujours étonné par le nombre de titres qui sont cités pour faire référence à un article. Il demande si, au sein de l'ESH Médias, il y a de vraies rédactions régionales qui sont capables de faire un travail régional avec de l'investigation.

M. Estival acquiesce.

Le commissaire PDC demande si cela signifie qu'il devrait être possible pour Genève d'avoir plusieurs rédactions qui feraient un travail avec des avis différents.

M. Estival répond qu'au sein de ESH Médias, ils croient que les populations locales ont besoin d'avoir une information locale de qualité et qu'elles sont prêtes à la payer. Peut-être que dans 5 ou 10 ans ils se rendront compte qu'ils s'étaient trompés mais aujourd'hui c'est leur postulat. Ils ont la conviction que les populations locales et la démocratie locale suisses exigent des informations de qualité au niveau local. Il précise que les articles qu'on entend à la radio sont des articles suisses.

Le commissaire PDC remarque qu'internet joue un rôle énorme. Il indique qu'il a eu un débat dimanche au cours duquel il a été dit que le jour où les médias électroniques seront payants, il y aura nettement moins d'intérêt et le danger c'est que ce jour là il n'y ait plus de presse. Il demande aux auditionnés s'ils partagent cet avis.

M. Estival répond que cela dépend du fait de savoir si on est prêt à faire des contenus de qualité ou pas. Pour les lecteurs qu'on cherche à regagner, on veut leur proposer des contenus digitaux payants dits en « digital first », ce qui

signifie que le journaliste va d'abord publier son article payant sur le digital. Cela ne tue pas la presse mais il faut s'adapter.

M^{me} Gabella revient sur la question de M. LEFORT, elle rappelle qu'au niveau mondial, pour compenser la baisse des recettes publicitaires, les modèles pour la presse sont passés par une augmentation de la disponibilité des gens à payer du contenu. Donc le marché de lecteurs est déterminant.

Un commissaire PLR remarque qu'en matière d'abonnement et de publicité qu'il y a toute une partie qui est déjà de l'Etat à travers les abonnements qu'il prend pour ses offices. Il demande s'il existe un chiffre, au niveau de Médias suisses, sur la part que représente l'Etat.

M^{me} Gabella répond qu'ils ne disposent pas de chiffres de ce type là car les stratégies publicitaires font partie de ce qui est difficile à partager. Elle explique qu'ils ne recensent pas la provenance des publicités des différents éditeurs.

Le commissaire PLR demande s'il existe un moyen d'obtenir ces chiffres.

M. Estival acquiesce. Il explique que c'est très simple des les obtenir.

M^{me} Gabella indique qu'ils ont constaté, au niveau de l'association, qu'il y avait de plus en plus de propositions de contrats entre l'Etat et certains éditeurs. Parfois, en fonction des sensibilités des pouvoirs publics, il peut y avoir des discours très différents sur comment il faudrait aider la presse et sur comment on prend concrètement des mesures.

Un commissaire PLR remarque que les abattements pour le transport des journaux sont d'environ 30 millions. Il demande ce que cela représente par rapport aux coûts de distribution.

M. Estival répond que la distribution d'un abonnement par la poste, qui n'est pas matinal, correspond à 20 centimes par exemplaire. Mais il explique que les quotidiens régionaux sont obligés d'avoir une distribution matinale par messagerie privée car ils ne peuvent pas se contenter de livrer les abonnés à 13 heures ce qui coûte très cher puisque le coût d'un exemplaire distribué par messagerie se situe entre 40 et 50 centimes.

M^{me} Gabella explique que le projet qu'ils défendent a pour objectif que cette distribution matinale puisse aussi être soutenue car elle est essentielle.

Audition de M^{me} Diserens

M^{me} Diserens commence par préciser qu'elle va mettre l'accent sur le PL car il semble primordial dans cette période de crise des médias.

Elle remercie tout d'abord la commission d'associer Impressum dans ses travaux. Elle explique qu'Impressum est la plus grande association professionnelle de journalistes de Suisse avec près de 5 000 membres, dont 405 dans le canton de Genève où sa section l'Association genevoise des journalistes (l'AGJ) est très active. Impressum est très préoccupée par la situation de la presse écrite actuelle et est attachée, dans le cadre de ses activités en faveur de la défense professionnelle, à rechercher de nouvelles solutions comprenant les aides d'Etat à la presse.

En deux mots, elle explique que l'association Impressum fait de la défense professionnelle, qu'elle négocie des CCT et des plans sociaux, qu'elle s'occupe de la délivrance du Registre professionnel, de la déontologie et de la formation professionnelle. C'est donc un centre de compétence pour les journalistes en Suisse. Elle précise qu'Impressum est une organisation décentralisée entre sections et secrétariat central. Elle est également présidée par un Comité de journalistes.

Impressum collabore avec les syndicats des médias Syndicom et SSM. Impressum est donc une association professionnelle de journalistes avec une fonction de syndicat. Elle rappelle qu'Impressum existe depuis plus de 130 ans et qu'elle s'appelait anciennement Fédération suisse des journalistes.

Elle déclare par ailleurs que Impressum est engagé dans la FEJ et la FIJ sur le plan international ce qui lui permet d'être informé sur ce qui existe en matière d'aide à la presse ailleurs.

Elle indique que pour Impressum, il est clair qu'on assiste à une situation catastrophique de la presse. On vient d'assister à la disparition du *Matin Semaine* dans sa version papier et il y a une restructuration en cours chez Tamedia, avec un licenciement collectif de 40 personnes. Depuis le début 2018, il y a également eu une restructuration complète chez Tamedia avec une centralisation à Lausanne avec la rédaction de la *Tribune de Genève* qui s'appauvrit grandement. En 2017, il y a eu la disparition de l'*Hebdo* et une restructuration au *Temps* dans le groupe Ringier Axel Springer. Et finalement, en 2016 la restructuration au *24 Heures* et à la *Tribune de Genève*. On peut cependant voir que la crise s'accroît depuis deux ans et que les restructurations se font à un pas bien plus rapide qu'avant.

Elle remarque ensuite qu'une prise de conscience générale a eu lieu puisque les éditeurs historiques s'intéressent désormais à assurer leur marge de profit sur des sites d'annonce rentable et qu'ils sont prêts à délaisser leur métier historique du journalisme. L'absence de centres de décisions en Suisse romande est reconnue et préoccupante, la diversité en a pris un coup et les emplois sont tombés.

C'est une prise de conscience rapide qui a eu lieu en Suisse romande. Il s'agit donc d'agir vite sinon les titres vont disparaître les uns après les autres sans que d'autres ne naissent. Il faut renouveler le journalisme, en aidant directement les journalistes. Ceux-ci doivent devenir maître de leur destin et devenir des entrepreneurs.

Elle explique qu'ils ont créé une communauté d'intérêt des journalistes entrepreneurs pour les aider à lancer des projets plus facilement. A cette fin, il faut trouver de nouvelles ressources pour favoriser l'éclosion de nouveaux modèles. Elle considère que la politique doit s'inquiéter d'un affaiblissement structurel de la presse qui conduirait à un rétrécissement considérable de la discussion démocratique car la liberté constitutionnelle de la presse et de l'information pourrait devenir une coquille vide.

En ce sens, elle estime que la presse payante est un service public par sa proximité avec les acteurs politiques, culturels et économiques locaux, par son indépendance qu'elle doit conserver, tout en effectuant une information professionnelle de qualité dans un cadre respectant les dispositions de la législation du travail et la CCT de la presse écrite.

Le tabou de l'aide directe à la presse est tombé en Suisse. Elle explique qu'il y a deux ans Impressum était contre une aide directe mais que l'année dernière ils ont fait une résolution sous forme d'appel aux autorités pour l'introduction d'aides directes à la presse que cela soit au niveau fédéral, cantonal ou au niveau des communes. Elle précise que cela n'est pas nouveau puisqu'Impressum demande depuis longtemps « une aide aux médias qui sert la liberté des médias, pour servir le droit fondamental du public à la liberté d'information ». Ces aides devraient favoriser un journalisme professionnel, indépendant et éthique.

Concernant les modèles d'aides directes à l'étranger, elle remarque que la France accorde plus d'un milliard d'Euros en aides directes à la presse. Les pays scandinaves, avec la Suède et le Danemark en tête, engagent, quant à eux, 50 millions d'Euros en aide directe à la presse par année. Dans sa résolution Impressum a donc indiqué qu'il fallait s'inspirer des modèles de soutien existant dans les pays scandinaves. La Suède, par exemple, est le pionnier des aides directes car il en connaît depuis les années 60. Elle remarque par ailleurs que ces pays sont proches de la Suisse en grandeur et qu'ils sont champions de la liberté de la presse notamment dans le Classement mondial de Reporters sans frontière.

Elle termine cette présentation sur Impressum en expliquant qu'Impressum soutient l'initiative Fijou. Elle explique que l'association s'est engagée et associée dans les travaux des milieux qui ont lancé cette initiative. Elle précise

que Fijou regroupe des cinéastes, des milieux culturels, des associations de collaborateurs de média et des journalistes individuels. Fijou est donc une association entonnoir qui, grâce aux différentes sources de financement, serait à même de les réinjecter dans la presse et dans les titres en projet existant ou en difficulté. Différents buts sont associés à Fijou mais le principal consiste à encourager la diversité et la qualité de l'information. L'initiative repose sur un modèle existant dans le cinéma, avec Cinéforum, ainsi que sur des modèles d'aides à la presse étrangers. Elle indique que Fijou s'est par ailleurs rapproché de Nouvelle presse, qui est un think tank avec de nombreuses personnalités genevoises. Fijou met ainsi en avant au moins deux de ses projets, le Pacte de l'enquête qui vise à encourager le journalisme d'investigation auprès des journalistes individuels et des rédactions et l'idée d'un financement, auprès de particuliers comme des jeunes en formation ou des rentiers AVS, d'une partie des abonnements des journaux.

Concernant le projet de Fondation genevoise pour la diversité des médias écrits, elle commence par indiquer que Genève est, pour Impressum, un modèle pour toute la Suisse en relation avec sa Constitution. Elle considère que la Constitution genevoise est vraiment extraordinaire pour la liberté des médias et pour l'encouragement des médias. Elle explique qu'au sein d'Impressum, ils prennent souvent pour exemple la Constitution genevoise qui est novatrice et unique en Suisse dans le domaine des médias.

L'article 28 chiffre 4 est particulièrement à souligner car il prévoit que « toute personne a droit à une information suffisante et pluraliste lui permettant de participer pleinement à la vie politique, économique, sociale et culturelle ». Le fait de retourner la liberté d'information vers le citoyen est souhaité. De même que l'article 220 chiffre 1 qui prévoit que « l'Etat reconnaît l'importance d'une information diversifiée et encourage la pluralité des médias ».

Par ailleurs, elle considère que Genève est très avancé dans les réflexions sur l'aide au journalisme. Elle indique qu'Impressum est particulièrement heureuse du PL créant une fondation pour encourager la diversité des médias. Elle explique qu'Impressum est d'avis que c'est bien avec la création d'une fondation que l'on peut garantir l'indépendance du journalisme avec des aides d'Etat. Le PL va donc dans un bon sens.

Impressum est cependant d'avis qu'il faudrait créer une fondation romande et non cantonale. Elle considère que la Suisse romande est trop petite pour un morcellement de l'aide par canton. C'est d'ailleurs pour cela qu'Impressum est actif depuis plus d'un an dans Fijou, l'association pour un nouveau financement du journalisme, qui prévoit notamment des aides des cantons et de la Loterie romande. A cette fin, est née dans Impressum, l'idée de former

par région linguistique une Conférence des directions actives dans le domaine des médias et de la presse, ce secteur étant extrêmement important pour le bon fonctionnement de la démocratie. Nonobstant tout cela, elle insiste sur le fait que Impressum est d'avis qu'il faut aller rapidement de l'avant et que la création de cette fondation genevoise est la première pierre de l'édifice.

Concernant le PL dans des différents points, elle indique qu'Impressum salue l'idée de la création d'une fondation avec une gestion paritaire entre trois acteurs. Elle souligne le fait que l'Association genevoise des journalistes et Impressum sont prêts à trouver des représentants disponibles, dévoués et crédibles.

Sur les médias soutenus à l'article 5, Impressum est d'avis qu'il faudrait évoquer tous les types de média à soutenir, c'est-à-dire la presse écrite, la radio, la TV, le on-line et le multimédia. Une fondation encourageant la diversité des médias ne doit pas passer à côté des journaux en ligne qui représentent une part croissante de la diversité.

Pour définir les médias soutenus, selon l'article 5, elle considère qu'il manque un élément clé : » les médias doivent employer des journalistes inscrits au Registre professionnel ». Elle rappelle que ce registre est géré par les trois associations syndicales, Impressum, Syndicom et SSM. C'est le seul élément décisif existant pour garantir la qualité du contenu des médias car il y a un contrôle qui se fait de ce RP par les associations elles-mêmes. C'est avec ce contrôle qu'on peut être sûr que les personnes qui sont inscrites au RP sont de qualité, ont la formation et l'expérience nécessaire.

Elle indique par ailleurs qu'Impressum a également une remarque à formuler sur l'article 5 car il est, dans ses conditions, assez restrictif lorsqu'il prévoit que les médias « sont édités par une entité sans but lucratif ». Elle explique qu'Impressum comprend le souhait que cela n'arrive pas dans les mains des gros groupes qui voient ensuite les dividendes distribués aux actionnaires mais avec cette formule, en l'état, seul Le Courrier pourrait être encouragé. Or, la Tribune de Genève risque d'être en difficultés ces prochaines années. Il est donc dans le but du législateur de pouvoir aider un tel journal si important pour l'identité genevoise.

Ainsi, pour que éviter que cette manne financière ne revienne aux grands groupes comme Tamedia ou Ringier, Impressum propose de prévoir que la fondation ne soutienne que « des médias concentrés pour l'essentiel sur le cœur de cible de l'information et de l'actualité dont le chiffre d'affaires est tiré de ces activités ». Pour éviter d'exclure d'emblée la Tribune de Genève de l'aide, elle propose par ailleurs que la fondation passe une convention par laquelle Tamedia, ou de manière générale l'éditeur, s'engage à n'utiliser la subvention

que pour financer la Tribune de Genève. A cet égard, cela permettrait d'être transparent dans les comptes à l'égard de la fondation. Il faudrait que Tamedia soit d'accord avec cela mais c'est une solution à discuter.

En conclusion, elle déclare que Tamedia est d'avis que le PL va dans le bon sens, l'organisation professionnelle des journalistes félicite les députés et Genève pour cette initiative.

La présidente demande si elle a quelque chose à dire sur les autres motions.

M^{me} Diserens remarque que, dans pas mal de ces textes, on parle d'un suivi avec les autres cantons. Elle explique qu'Impressum est d'avis qu'il est absolument nécessaire de faire un tel suivi avec les autres cantons. Elle propose éventuellement de créer une Conférence des directions des médias et de la presse.

Un commissaire PDC demande quelques précisions par rapport au groupe des journalistes entrepreneurs. Il demande ce que Impressum met à leur disposition. Il demande s'il s'agit de moyens juridiques, de formation ou de perfectionnement. Il demande également quel est l'objectif du groupe.

M^{me} Diserens répond que ce groupe vient de se créer. Elle indique que les statuts sont prêts et que la création de la communauté d'intérêt a été adoptée ce printemps. Il s'agit donc maintenant de mettre en route les différents moyens. Elle explique que l'idée est de soutenir les entrepreneurs, par exemple en les aidant à mettre en place des business plans ou en mettant à leur disposition des prestations. Il s'agit aussi de mettre en place des moyens juridiques. Il y a par exemple une formule qui est très bonne pour les nouveaux modèles, celle de la coopérative. Il s'agirait donc de mettre à dispositions des entrepreneurs des statuts de coopérative. Il y a aussi beaucoup de lobbying qui pourrait être fait par ce groupe car le PL sur les médias électroniques ne convient pas suffisamment pour les journaux en ligne. Elle termine en déclarant qu'il s'agit aussi d'un réseau car il y a beaucoup de personnes qui perdent leur emploi et qui veulent créer une nouvelle structure mais qui ne savent pas vers qui s'adresser.

Une commissaire Ve remarque que M^{me} Diserens a parlé d'une solution romande plutôt que genevoise. Elle explique que les représentants de Medias Suisses ont plutôt montré la force de la presse locale. Elle demande si sa proposition d'agir à l'échelon intercantonal vise à regrouper les forces.

M^{me} Diserens répond qu'il s'agit d'avoir un point de vue global pour essayer de faire un maximum afin qu'il y ait des aides au niveau romand. Elle précise que cela n'empêcherait pas d'avoir des soutiens au niveau local puisque l'un n'exclut pas l'autre.

Une commissaire Ve demande si cela signifie qu'elle voit la possibilité d'avoir différents échelons à la fois cantonaux et supracantonaux.

M^{me} Diserens acquiesce.

Le commissaire Ve remarque ensuite que M. Diserens a évoqué deux outils, celui du pacte de l'enquête et celui du financement de parts de journaux. Elle demande si elle a envisagé d'autres types de vecteurs ou d'intermédiaires.

M^{me} Diserens répond qu'il y a deux modes d'intervention mais qu'on pourrait imaginer que le conseil de fondation propose d'autres formes d'aide. Si le pacte de l'enquête séduit les genevois pourquoi pas aussi avoir une part de financement.

Un commissaire Ve indique qu'il aime beaucoup l'idée de la fondation romande étant donné que la problématique est romande. Il remarque que le PL prévoit 10 millions d'investissement annuel. Il demande de combien de volume la fondation romande devrait bénéficier pour que cela ait un impact sur le maintien de la presse écrite.

M^{me} Diserens répond 20 millions pour la partie romande et entre 60 et 80 millions au niveau suisse.

Le commissaire Ve demande s'il s'agit de 20 millions annuels.

M^{me} Diserens acquiesce.

Le commissaire Ve demande ce que cela représente en comparaison à la France.

M^{me} Diserens répond que c'est plutôt comparable au système scandinave.

Le commissaire Ve remarque que le système de financement de ces pays est plus léger.

M^{me} Diserens acquiesce. Elle répond qu'avec les aides qui sont données en France, on aurait pu éviter la disparition de l'Hebdo et du Matin. S'il y avait eu des aides comme en France on aurait pu tout éviter. Maintenant on est en train de vivre les problèmes du fait qu'on n'a pas eu du tout d'aide directe de l'Etat.

Un commissaire PLR indique qu'il est toujours perplexe par rapport à la comparaison avec la France car la presse française est détenue par des grands groupes. Il demande si elle sait quel est le salaire d'un journaliste français.

M^{me} Diserens répond qu'elle ne sait pas. Elle pense que c'est quand même moins qu'en Suisse romande. Elle explique qu'en Suisse romande on a une CCT mais que ce n'est pas le cas en Suisse alémanique, les salaires sont donc plus bas. Elle indique qu'on compte, au début d'une carrière, un salaire de 6 000 F et de 8 000 F à la fin.

Le commissaire PLR remarque que M^{me} Diserens n'est pas la première personne à citer la France comme exemple en matière d'aides aux médias. Il demande ensuite pour « Bon pour la tête » comment les choses fonctionnent car il remarque qu'il y a un abonnement.

M^{me} Diserens répond qu'ils ont des abonnements et que les choses marchent.

Le commissaire PLR explique qu'un précédent auditionné a dit qu'il ne croyait pas du tout à la création de nouveaux médias car les coûts étaient trop élevés et le bassin trop faible.

M^{me} Diserens répond que pourtant Heidi.ch va se lancer à Genève. Elle explique qu'au sein de Impressum, ils sont en train d'étudier les coûts d'impression afin de pouvoir trouver les meilleures solutions possibles. Il faut donc travailler pour trouver des coûts adaptés. Elle estime que cela est faisable.

Elle explique, par exemple, que pour le journal Le Matin il y avait quand même 21 millions de recettes. Ce journal s'est arrêté d'un jour à l'autre alors qu'il faisait des millions de recettes. Elle explique qu'il y a de l'argent mais qu'il faut être plus futé afin de trouver de nouvelles formes de distribution. Il faut aussi peut-être commencé plus petit.

Elle remarque pour finir que les fondations ne sont pas assez utilisées pour le financement du journalisme. Elle estime que, à côté des aides d'Etat, le financement par des fondations pourrait être une nouvelle source de financement.

La présidente remarque que M^{me} Diserens considère qu'on ne pense pas suffisamment aux fondations. Elle demande si cette considération va dans le sens de l'idée du projet qui est de désigner une fondation qui soit l'interface entre le financement par l'Etat et le média qui serait appuyé par cette fondation afin d'éviter la dépendance. Elle observe ensuite que M^{me} Diserens a évoqué Nouvelle presse en disant qu'il y avait un certain nombre de personnalités qui travaillaient à la réalisation de nouveaux projets. Elle demande un peu plus d'informations sur cela. Finalement, elle demande plus de précisions sur Fijou et notamment sur la manière dont fonctionne cette association.

M^{me} Diserens répond à la dernière question sur Fijou ont déjà les statuts, des règles de fonctionnement et une dizaine de projets mais que pour le moment ils cherchent encore de l'argent.

La présidente remarque que M^{me} Diserens a évoqué le fait qu'il y avait des engagements de la part de certaines collectivités mais qu'ils n'ont pas encore été formalisés.

M^{me} Diserens explique que des promesses qui vont dans le bon sens ont été faites mais que les choses prennent du temps. Elle précise que cela fait un an et demi qu'ils travaillent dessus. Ils pensaient que les choses allaient aller plus vite mais ils ont dû constater qu'il y a eu énormément d'initiatives qui ont pris naissance et qu'il était difficile de tout canaliser. Il faudrait presque que toutes les bonnes volontés soient canalisées sur un projet au niveau romand. Mais elle considère que la fondation genevoise pourrait déjà être un premier pas puisqu'il faut bien commencer quelque part.

La présidente demande si les choses qui ont déjà été élaborées comme les statuts pourraient être transmis à la commission.

M^{me} Diserens acquiesce. Elle propose d'envoyer à la commission un PowerPoint sur cela. Concernant Nouvelle presse, elle explique qu'il y a des personnalités et des politiciens qui sont dedans comme Luc Recordon, Claude Torracinta ou encore Renaud Gautier. Elle propose à la commission d'entendre ces gens là car ils ont plein d'idées. Elle explique que Fijou est plus dans le concret car il est basé sur le système de Cinéforum. Nouvelle presse est un système qui vise plutôt à mettre au point une nouvelle infrastructure et une réflexion sur le journalisme de qualité. Elle explique qu'ils essaient de se compléter entre Fijou et Nouvelle presse.

Concernant sa réflexion sur les fondations, elle remarque qu'il y a plein de fondations suisses qui ont d'autres buts que le soutien aux médias mais qui pourraient quand même, dans certains domaines, agir. Ce qu'il manque c'est une fondation pour encourager la diversité des médias.

Un commissaire PLR remarque que M^{me} Diserens a dit qu'il y avait de nombreux projets mais que cela manquait de canalisation. Il demande s'il existe une liste de ces projets.

M^{me} Diserens répond qu'elle a dit qu'il y avait plein de projets mais qu'elle a exagéré un peu. Elle voulait simplement dire que les choses auraient pu aller plus vite avec Fijou. Il y a eu une déception à ce niveau là. Elle explique que jusqu'à maintenant ils n'ont pas réussi à mettre tout le monde autour de ce projet. Mais Nouvelle presse se met avec Fijou. Elle précise que cela devrait bientôt être rendu public.

Le commissaire PLR demande s'il y a un site pour Fijou.

M^{me} Diserens répond par la négative. En revanche, elle indique qu'il y a un site pour Nouvelle presse. Elle explique qu'ils ont été frappés par le fait que la ville de Lausanne a mis de l'argent dans un journal alors qu'ils pensaient qu'elle allait mettre de l'argent pour le soutien des médias en général. Elle indique qu'ils auraient voulu avoir une structure centralisée.

Audition du Prof. Patrick-Yves Badillo, Directeur de Medi@LAB-Genève et professeur ordinaire à l'Université de Genève et Philippe Amez-Droz, chargé de cours et collaborateur scientifique à la Faculté des Sciences de la société

M. Badillo remercie la commission pour les avoir réinvités.

Il indique qu'il va commencer par faire un bref résumé de la séance précédente surtout pour dire que les tendances sont à la disparition d'une presse locale et que c'est un problème majeur pour la démocratie.

Il précise que c'est sur la dimension d'intérêt général de la presse qu'il s'agit de convaincre la commission. Il donne à ce propos un exemple sur les fake news. Il explique que, dans le domaine de l'hygiène des mains, il existe une fake news qui laisse entendre qu'il ne faudrait pas se laver les mains car cela représenterait un danger. Il explique que, si cette nouvelle n'est pas traitée par des journalistes qui ont le temps de l'analyser, les lecteurs vont en déduire qu'il ne faut plus se laver les mains, c'est donc plusieurs millions de morts au niveau mondial qui constituent l'enjeu. Tout cela pour dire que, sur des enjeux de santé publique par exemple, les fake news peuvent avoir un impact très lourd. Le fait de ne pas avoir de journalistes pour traiter l'information pose un véritable problème.

Concernant la résolution sur l'Hebdo, il remarque que c'est une affaire ancienne. Il considère que cette résolution sert à souligner un problème mais qu'elle est insuffisante pour faire évoluer la situation. Cette problématique ne nécessite donc pas plus de commentaire.

A propos ensuite du rapport sur la presse locale et Tamedia, il remarque que c'est une affaire complexe qui touche la liberté d'une entreprise privée. Il propose de traiter cette problématique plus tard, en s'appuyant sur les questions des députés transmises par écrit.

Finalement, pour la motion qui concerne l'ATS, il propose de regarder ce qui se passe au niveau de l'Agence France Presse (AFP) qui est autorisée à être financée car elle représente une mission d'intérêt général. Pour fixer des ordres de grandeur, l'AFP a un budget d'environ 300 millions d'Euros dont 130 millions au titre des missions d'intérêt général et abonnements de l'Etat. Si on regarde maintenant ce qu'il se passe au niveau de l'ATS, on remarque qu'on a un budget de 29 millions de F. Il est donc dommage que les quelques millions de francs qui auraient été nécessaire n'aient pas été débloqués. Il termine en déclarant que cette résolution devrait être appuyée par un bilan comparatif. Il estime que le budget qu'il aurait été nécessaire de mobiliser pour cette agence est faible par rapport aux enjeux. Il insiste sur le fait que la reconnaissance d'une mission d'intérêt général et des aides pour l'agence de

presse devraient être une priorité absolue. Il devrait donc y avoir une intervention incontournable de l'Etat de Genève.

Il propose ensuite de répondre aux questions des députés qui ont été transmises par écrit.

M. Amez-Droz commence par préciser, à propos de la question d'un commissaire Ve sur les modes de financement direct par mandats de prestations spécifiques connus en Suisse, qu'il a examiné ce qu'il se passait dans le canton de Vaud puisqu'il existe, dans cette région, une véritable expérience du terrain. Il y a en effet pour le Journal de Morges par exemple, un montant qui est affecté directement à la production de contenus. Il s'agit donc d'un effort à l'aide indirecte rédactionnelle. Il y a également un mandat de prestations pour le Journal Régional qui dispose d'un soutien ponctuel à travers des insertions publicitaires. Il explique que Léman Bleu Télévision, qui est un média électronique, reçoit aussi un appui pour la production de contenus en lien avec la diffusion des débats du Grand Conseil et du Conseil Municipal de la Ville de Genève.

Il remarque que les mandats de prestations sont donc de plus en plus courants. Un des exemples les plus récents est d'ailleurs celui du soutien, par une aide indirecte, de la Ville de Lausanne à l'hebdomadaire Lausanne Cité pour un montant total de 170 000 F. Il précise que ce mandat de prestations porte sur la production de contenus d'information locale par la Ville de Lausanne. Donc d'une certaine manière, cela vient renforcer l'identité rédactionnelle d'un titre qui, à l'origine, était un journal capteur de publicité. Il rappelle en effet que le Lausanne Cité n'était que la prolongation du business model de captation de la publicité et que le contenu rédactionnel était relativement faible puisqu'il était seulement de l'ordre de 20 à 30%. Ainsi, ce qui intéresse la Ville de Lausanne ce n'est pas tellement le titre de Lausanne Cité mais plutôt le canal de distribution gratuit à tous les ménages lausannois.

Finalement, il termine en déclarant que tous ces mandats de prestations, en tant que production de contenus, sont intéressants.

M. Badillo explique ensuite, à propos de la question d'un commissaire PDC sur les détails du montage financier de La Liberté, qu'il y a eu un soutien à travers la Banque cantonale du canton de Fribourg et la société d'électricité groupe E. La question qu'on pourrait ensuite se poser serait celle de savoir si ce modèle pourrait être transposable. Il indique que la réponse à cette question n'est pas évidente puisque le montage s'appuie sur un titre connu de longue date pour la qualité de son contenu et son indépendance.

Il leur est cependant venu à l'idée de se demander si, en raison de l'indépendance de La Liberté et de sa qualité, il ne serait pas possible d'entrer

en contact avec La Liberté afin de créer une version genevoise totalement indépendante. Il précise qu'il s'agirait d'un nouveau titre qui bénéficierait des économies d'échelle et d'envergure pour l'actualité internationale par exemple. Ce serait aussi une façon d'avoir un mouvement symétrique par rapport au fait que Tamedia s'est délocalisée vers Lausanne.

Il insiste sur le fait que, si des aides sont données, il faudrait vraiment qu'elles concernent des journaux qui sont reconnus pour leur qualité et leur indépendance.

Concernant ensuite la seconde question d'un commissaire Ve sur le projet de M. Maudet visant à créer une plateforme de distribution d'information électronique, il remarque que cette proposition est le reflet d'une quasi-unanimité qui essaie de chercher des solutions pour aider la presse. Les questions restent cependant encore celles de savoir quel mécanisme il serait nécessaire de mettre en œuvre et quel montant il faudrait prévoir. Un montant de quelques millions de francs comme 3 millions par exemple serait trop faible. Donc l'idée d'une telle plateforme paraît intéressante mais il faudrait encore étudier dans le détail le mécanisme à mettre en place, le niveau du financement ainsi que les éventuels effets pervers que le projet pourrait engendrer.

A propos de la proposition de créer une fondation genevoise des médias, il remarque qu'on retrouve une fois de plus l'idée de la nécessité d'une aide à la presse mais que la question se pose encore de savoir comme cela serait mis en œuvre dans le détail. Il considère qu'un montant de 10 millions de capital paraît élevé, il faudrait donc étudier les mécanismes et faire une étude sur les coûts.

A partir de là, il propose des pistes d'innovations frugales visant à mettre au point un mécanisme d'aide indirecte efficace et préservant l'indépendance éditoriale et la liberté des médias. Il explique que l'idée de frugalité vise à ne pas dépenser trop d'argent sur ces types d'affaires car on doit pouvoir trouver des mécanismes intelligents. Il précise que les enjeux sont assez limités puisqu'ils visent à trouver et/ou à débloquer quelques millions de F seulement. Il faudrait cependant faire des études approfondies là-dessus. Au final, le niveau financier est relativement faible comparativement aux enjeux démocratiques importants.

En conclusion de cette analyse, il remarque qu'il y a beaucoup de propositions variées mais qu'il n'y a pas beaucoup de faits quantitatifs étayés. Il n'y a par exemple pas de bilan sur les aides actuelles, il n'existe pas de chiffre sur le nombre de journalistes qui contribuent à de l'information, il n'existe pas non plus d'information sur les données économiques et financières précises du secteur, sur les pure players et ce qu'ils font ou encore sur la position exacte

de la profession et des nouveaux acteurs. Il serait donc intéressant de développer des recherches afin de faire un bilan précis des aides, de définir un business model du type « La Liberté », de fabriquer sur Genève, grâce à des enquêtes, des baromètres de l'offre journalistique au sens large, d'étudier des business models romands intégrant les aides, de proposer un modèle spécifique privilégiant la cible des jeunes et finalement de développer des offres selon des profils avec des études du type marketing digital.

Il termine en déclarant qu'il y a un réel écart entre les besoins et la création d'informations journalistiques. Il indique par ailleurs qu'ils sont en train de développer un MOOC sur l'analyse des médias et un baromètre de la concentration des médias. Sur ces points là, une aide symbolique de l'Etat de Genève serait suffisante.

Un commissaire S remarque qu'on est dans un marché oligopolistique avec Tamedia et le groupe Ringier comme principaux acteurs. Il demande si la commission de la concurrence ne devrait pas ouvrir une enquête ou analyser de plus près le marché.

M. Badillo répond que c'est une question technique mais aussi politique. Sur le plan technique, il explique qu'on rentre aujourd'hui dans une zone où il y a un problème sérieux de concentration des médias. Après, le problème politique est celui de savoir si on considère que la concentration est un mouvement économique qui permet de résoudre des difficultés et qui permet aux titres d'exister et de rester rentables. Il propose de poser cette question directement à la commission de la concurrence. Il considère néanmoins qu'on entre dans une zone où il devient utile de s'interroger sur cette concentration.

M. Amez-Droz rappelle que cet été a eu la fusion entre le groupe NZZ et le groupe AZ Médien. Il explique que l'éditeur de la NZZ considère lui-même que le système libéral d'autorégulation par le marché fonctionne bien en Suisse et qu'il doit continuer de fonctionner sans intervention étatique car le nombre d'acteurs offrants, alors que le marché ne cesse de se fragmenter, est encore beaucoup trop élevé. Il précise que c'est d'ailleurs un point de vue que d'autres propriétaires de médias partagent.

Il indique ensuite qu'en Suisse, on a un Etat fédéral avec une identité territoriale par canton. Il explique par ailleurs que les petits journaux ou régionaux, qui ne sont pas propriété de l'un de ces grands groupes, craignent de disparaître et de ne plus pouvoir fournir, dans la sphère publique, la même qualité d'informations locales. C'est pour cette raison que les membres de l'économie de marché ont cet esprit interventionniste nouveau.

Il remarque ensuite que les débats qui s'ouvrent en Suisse romande sont aussi le reflet que la propriété des médias est largement dominée par Zurich et

qu'il n'y a pas une existence de propriété de médias en Suisse romande à l'exception du groupe ESH Médias qui contrôle l'un des rares médias investissant dans l'imprimé.

Il explique que certains groupes voient dans la concentration des médias une réponse à une problématique de suroffre. Mais pour certains cantons, notamment le canton du Jura, qui a eu des grosses difficultés suite à la faillite de Publicitas, il y a une aide directe apportée par plusieurs acteurs privés avec un soutien massif du parlement.

Il rappelle que la Berne fédérale a considérablement réduit les aides indirectes puisqu'on est passé de 70 millions à 30 millions. Il indique que la discussion, à l'heure actuelle, porte essentiellement sur des subventionnements à la distribution par la Poste. Or, c'est un mauvais débat car, d'une part la presse écrite ne fait pas partie de la révision sur la loi sur les médias électroniques qui est en cours de consultation et d'autre part, la Poste ne va jamais entrer en matière car elle se désintéresse de plus en plus de la distribution des journaux. Il explique que la Liberté de Fribourg a par exemple son propre système de distribution. Il insiste sur le fait qu'un journal qui veut être lu sur papier doit être distribué le matin avant 10 heures sinon il est mort. Le problème c'est que la Poste assure une distribution des journaux papier seulement après 14 heures.

Les grands éditeurs savent que l'aide indirecte va calmer le jeu politique mais d'une certaine manière c'est du pipeau. On doit donc parler d'aide directe si on veut sauver les journaux locaux régionaux. Il souligne le fait que les petits journaux en sont tous à dire que, sans aide directe, ils sont morts.

M. Badillo précise que c'est pour cela qu'il serait important d'avoir un diagnostic exact sur la richesse journalistique, sur la capacité de production des médias d'information et sur la réaction de tous les acteurs locaux qui existent encore et qui ont un savoir-faire. Pour répondre sur le plan purement technique, il remarque qu'on entre dans une zone qui est inquiétante, on n'est pas encore dans une ultra concentration mais on a une très forte concentration. La commission de la concurrence devrait donc traiter, peu ou prou, ce problème.

Une commissaire Ve explique que M. Estival du groupe Hersant Média a présenté La Liberté comme étant associée à leur dynamique. Elle remarque cependant que M. Badillo en a fait un modèle à part. Elle demande plus de précisions sur la relation entre le groupe Hersant Média et La Liberté.

M. Amez-Droz rappelle que le journal La Liberté est édité par le groupe Saint-Paul qui, historiquement, a toujours été détenu par les sœurs. Il indique que ce groupe a ouvert le fond à des investisseurs cantonaux fribourgeois lorsqu'il y a eu la fin de l'imprimerie. Il rappelle que le risque, quand on perd

une imprimerie, est de perdre l'indépendance. Il explique que, d'une certaine manière, la réflexion du groupe ESH est inverse par rapport aux risques de concentration car il fait le pari d'investir dans la presse imprimée papier alors que c'est un segment qu'on qualifie de vieillot. Au final, les 20 millions qu'ils ont investis dans l'imprimerie à Monthey, c'est un pari sur l'indépendance et sur l'autonomie par rapport au risque que la Liberté ne soit un jour plus imprimée. La Liberté pourrait donc un jour faire appel à ESH Médias pour garder son autonomie si les conditions cadres fixées par Tamedia devaient se détériorer.

M. Badillo remarque que la question était de savoir s'il existe des liens entre ESH Médias et La Liberté.

M. Amez-Droz répond qu'il existe des liens rédactionnels.

M. Badillo précise que ces liens rédactionnels se situent dans la même logique qu'un titre genevois qui pourrait rentrer dans des logiques éditoriales.

M. Amez-Droz explique que, suite à la faillite de Publicitas, s'est créé un pôle publicitaire, qui réunit pratiquement l'intégralité des journaux romands, dans le but de conquérir le marché publicitaire national qui est dominé par Tamedia et Ringier. Il explique que le gros problème de la publicité réside dans le fait que ce sont les acteurs nationaux qui rapportent le plus. Il précise qu'il faut énormément d'efforts pour capter de la publicité locale. De plus, elle n'est pas aussi rentable que la publicité nationale d'où la nécessité d'avoir des pôles.

La commissaire Ve remarque ensuite que M. Badillo a proposé d'ouvrir La Liberté sur le rédactionnel genevois. Elle rappelle que, pendant longtemps, Le Courrier avait tout un cahier qui venait directement de La Liberté.

M. Badillo insiste sur le fait qu'il s'agit seulement d'une esquisse de proposition. L'idée serait de déterminer le budget nécessaire pour avoir un titre genevois qui s'appuierait sur des choses qui sont déjà faites et rentabilisées à Fribourg tout en ajoutant de la spécificité locale genevoise. L'idée ne serait pas de s'appuyer sur Le Courrier mais plutôt d'avoir un autre titre.

La commissaire Ve demande si c'est parce que Le Courrier est trop orienté politiquement.

M. Badillo répond qu'il faudrait avoir un titre différent.

M. Amez-Droz répond que c'est Le Courrier lui-même qui revendique sa totale autonomie par rapport à La Liberté.

M. Badillo explique que ce montage pourrait être intéressant car La Liberté a une réputation éditoriale et une indépendance forte. Il insiste sur le fait qu'il s'agit seulement d'une esquisse d'idée.

La commissaire Ve demande si les mesures sur la formation et l'amélioration d'accès des jeunes à la lecture sont des mesures d'accompagnement.

M. Badillo acquiesce. Il explique que l'urgence est de régler le problème de la production journalistique car cela ne sert à rien d'éduquer les jeunes s'il n'y a plus rien à lire. L'enjeu est vraiment de réussir à faire apparaître cette production journalistique comme une référence pour les jeunes. Il précise que cette production n'a pas besoin de se faire nécessairement sur le modèle d'un journal quotidien, il pourrait par exemple s'agir d'un magazine hebdomadaire qui se combinerait avec le digital.

Un commissaire PLR remarque qu'il a un problème sur l'efficacité et sur la nouvelle façon de consommer du média. Il constate que la jeune génération est bercée par l'image et l'immédiateté et qu'il y a une manière de communiquer qui est plus visuelle et plus graphique. Il considère qu'il faudrait donc plus travailler sur les slogans. Il remarque également que M. Badillo a parlé de la possibilité de proposer un modèle spécifique privilégiant la cible des jeunes. Il demande si ce business model vise l'éducation aux médias.

Il observe par ailleurs qu'il y a un vrai problème de société. Il insiste sur le fait qu'il faut bien faire la distinction entre un journaliste et un influenceur. Il remarque que les influenceurs font beaucoup plus de dégâts qu'un mauvais article. Commercialement, si on prend un influenceur contre une idée c'est dramatique. Il demande si, au niveau des formations académiques, l'accent est porté sur la déontologie et la qualité. Il termine en déclarant qu'on pourra sortir de cette vision des choses que par la crédibilité et la qualité de l'information.

M. Badillo répond que l'éducation aux médias et le business model pour les jeunes sont deux angles de vues différents. L'éducation aux médias pourrait par exemple consister à allouer une somme d'argent aux jeunes pour qu'ils puissent faire des cours de décryptage alors que le business model jeune consisterait plutôt à donner aux jeunes des chèques médias afin de les inciter à consommer tout en choisissant ce qui les intéresse. Il considère que c'est ce deuxième angle d'approche qui est important car éduquer les jeunes c'est bien mais il faut accompagner cela avec de la consommation.

Concernant ensuite la déontologie journalistique, il remarque qu'on touche du doigt la tendance naturelle qui consiste à dire que si rien n'est fait on va avoir des systèmes avec une multitude d'informations sur les réseaux sociaux et des influenceurs qui agissent sans foi ni loi.

M. Amez-Droz remarque que la question du fact checking et l'existence de journalistes bien informés impliquent que la profession cesse de licencier, de se précariser et de pratiquer du journalisme assis. Il explique qu'on entend par

« journalisme assis » le fait de chercher 30-40% de la réponse sur google alors que le « journalisme debout » vise, quant à lui, à faire des interviews et à aller sur le terrain. Il remarque qu'à l'heure actuelle la profession est sinistrée par rapport à cela.

Il considère néanmoins qu'il ne faut pas désespérer car il y a quand même deux facteurs positifs. Il s'agit d'une part de Radio Lac qui fait un travail très intéressant du point de vue de la qualité de l'information. Il explique en effet que le propriétaire de Radio Lac a investi dans un média qui a cessé d'être essentiellement un diffuseur de musique pour devenir un producteur de contenu journalistique à valeur ajoutée. Puis, il s'agit d'autre part de Léman Bleu Télévision qui vient de déménager dans un site qui est orienté digital avec une idée de qualité du contenu. Il y a part ailleurs le Club suisse de la presse qui, malgré tout, accueille passablement de choses et qui fait des débats sur l'orientation du journalisme qui sont intéressants.

Au final, il manque juste un éditeur de journal écrit qui croit en l'avenir de son support. Il précise que Le Courrier est très faible du point de vue de la représentativité, de la distribution et de la diffusion mais qu'il est de très bonne qualité. A l'extrême inverse, le GHI est distribué à tout le monde mais on ne peut pas dire qu'il s'agit d'un journal d'information. On peut donc remarquer qu'on est dans deux extrêmes alors qu'il faudrait un juste milieu. Il rappelle que le milieu c'était justement La Tribune de Genève. Il termine en déclarant qu'il n'est pas exclu qu'un jour on ait un journal lémanique, édité à Lausanne, avec des pages régionales genevoises. La question est donc plutôt orientée sur l'accompagnement de la transition numérique.

Un commissaire PLR remarque que c'est justement le principe qui est privilégié en France. Il termine en déclarant que c'est le seul business model qui soit viable.

Un commissaire PLR commence par indiquer qu'il a des doutes sur les pistes qui ont été proposées. Il indique par ailleurs qu'il est frappé par la référence permanente à la France. En Suisse faire une référence à la France c'est un peu périlleux surtout que la presse en France est concentrée dans les grands groupes de presse. Cela étant dit, il explique que ce qui l'a le plus interloqué c'est la vision pour les jeunes. Il demande s'ils ont fait des sondages auprès des jeunes pour savoir ce qu'ils attendaient. Il considère que la proposition d'un magazine papier avec des chèques médias pour les jeunes paraît compliquée à mettre en œuvre car c'est très difficile de leur faire lire des journaux papier. Il termine en déclarant que la proposition paraît un peu dépassée.

M. Badillo répond que ce n'est pas du tout ce qu'ils avaient en tête. Il est évident que s'il existait des propositions ficelées, argumentées et chiffrées alors ils ne seraient pas là. Il insiste sur le fait que pour ces propositions, il s'agit de faire des études complètes et qu'il ne s'agit que d'idées.

Concernant ensuite la référence à la France, il explique que la France est évoquée pour donner des ordres de grandeur mais que les choses s'arrêtent là.

Finalement, pour la question sur les jeunes, il répond que ce serait le rôle des médias de faire en sorte que les jeunes y adhèrent. Il insiste sur le fait que cela passerait par des applications numériques. Il ne s'agirait pas de prendre du contenu que les personnes qui ont entre 40 et 60 ans lisent et de le faire consommer aux jeunes. La question est plutôt celle de savoir s'il existe une solution de production de contenu qui intéresserait les jeunes et qui les mettrait sur la voie de la consommation à travers des applications électroniques. Il considère que cette proposition mériterait d'être étudiée. Il souligne le fait que la proposition passerait par une interface pour les jeunes à travers des applications et donc du numérique.

Le commissaire PLR indique ensuite que la discussion qu'ils ont autour des différents textes lui fait penser à l'émission Médialogues. Il explique qu'il écoute assez régulièrement cette émission et qu'il est frappé par le monde du journalisme qui ressemble à une industrie qui n'a pas fait sa révolution. On a l'impression que les gens s'accrochent à un modèle qui est mort. Il considère par ailleurs que ce n'est pas en donnant 10 millions au Courrier que ça va aider les choses. Il termine en déclarant que le journalisme, à part se lamenter, ne voit pas que tout est en train de changer.

M. Amez-Droz répond que les industries créatives et les industries des médias sont, au niveau des projets industriels, en avance par rapport à bien d'autres secteurs dans la révolution 3.0. Ringier et Tamedia ont par exemple 60-80% de leur chiffre d'affaires qui issu du numérique. Ils sont même pionnier par rapport à d'autres acteurs européens. Ringier est d'ailleurs considéré, au niveau mondial, comme une industrie de pointe dans le e-commerce car elle a su se diversifier. Il explique que les entrepreneurs sont des gens à la pointe, au niveau mondial, dans leur savoir-faire mais qu'ils ne le font plus avec des journalistes comme base de leur commerce. Ils le font avec des nouveaux acteurs qui sont dans le marketing digital avec des informaticiens qui savent monétiser les flux de contenu.

Il remarque que le problème est simple car ces identités industrielles n'ont pas besoin de la Suisse romande. Il considère que la Suisse romande est juste un parent pauvre. Il explique que le pôle médiatique se trouve à Zurich mais qu'on conserve Lausanne comme on conserverait un hôpital régional qu'on ne

pourrait pas tout de suite fermer. En réalité, demain, ce centre névralgique ne sera plus à Zurich mais il sera probablement à Berlin, à Paris et à Londres. Donc cette mondialisation se fait de toute manière dans le numérique. La seule chose c'est qu'il reste entre 25 et 30 ans avant que la génération papier meurt. En attendant ces personnes méritent donc du respect et méritent qu'on ne laisse pas tomber le journal papier, d'autant plus que certains disent qu'avec les fake news il n'est pas exclu que le journal papier survive.

M. Badillo précise que ce n'est pas parce que les débats et les réponses des journalistes ne sont pas adaptés que la question d'une information publique locale de qualité ne se pose pas.

Un commissaire Ve remarque que la proposition de projet de M. Maudet n'est pas différente d'un GAFA. Il demande comment on va orienter le trafic de données sur cette petite plateforme de distribution électronique gratuite et publique à Genève étant donné que tout sera ailleurs beaucoup plus présent et aussi gratuit. Il demande ce qu'il faut pour attirer le trafic puisque sans trafic la proposition n'existera pas.

M. Badillo remarque que le commissaire Ve fait part des interrogations qu'il a justement indiquées dans sa présentation. Il indique que l'idée paraît séduisante mais que la mise en œuvre paraît encore assez floue car il n'existe pas de document qui donnerait tous les éléments du système. Il remarque que, selon la proposition de M. Maudet, il y aurait un financement de l'ordre de 1F qui arriverait par l'utilisateur. Ce projet a donc au moins l'avantage de faire venir de l'argent ce qui est utile mais il faudrait encore que de l'autre côté on réussisse à investir dans du contenu pour séduire des citoyens genevois. Il termine en déclarant que, sous réserve d'inventaire de ce qu'il y a derrière, si ce projet vise uniquement à prendre de l'argent et à mettre du technologique sans mettre du contenu alors cela ne règlera pas la question.

M. Amez-Droz explique qu'on ne peut pas voir le monde de l'édition comme un monde homogène qui attend une solution politique de business model. Les grandes entreprises suisses que sont Ringier et Tamedia maîtrisent leur business model, elles n'ont pas besoin de ces solutions. Ce serait plutôt les petits acteurs qui en auraient besoin mais les petits acteurs ne survivraient pas sans les grands acteurs car ils n'ont pas la taille critique. Donc un modèle du type de Spotify, s'il n'est pas alimenté par tous les acteurs, meurt.

Le commissaire Ve indique ensuite qu'il a beaucoup aimé la comparaison qui a été faite avec la situation française car elle donne une idée du budget de l'ATS par rapport à celui de l'AFP. Il remarque par ailleurs que, pour le financement public, on n'a pas les mêmes montants car l'AFP reçoit 130 millions, c'est-à-dire pratiquement 40% de son financement. Il explique

qu'il ne comprend pas la phrase sur le slide 7 qui prévoit « qu'une aide de 5M F non acquise aujourd'hui, est nécessaire et faible ». Il demande si cette aide publique existe.

M. Badillo répond par la négative. Il explique que cette phrase vient d'un article de presse qui prévoit qu'il faudrait 5 millions de F pour l'ATS. Il explique qu'il a été très surpris par ce montant dérisoire qui serait nécessaire pour avoir une agence de presse qui puisse produire l'information de base.

Un commissaire Ve demande si cela signifie que, pour garder une mission d'intérêt général, il faudrait plutôt 12 millions d'argent public pour financer l'ATS.

M. Améz-Droz acquiesce. Il explique que les 2 millions F que la Confédération suisse a développés sur deux ans visent le maintien d'un quota de journalistes romands francophones. Passé ces deux ans, il n'est donc pas exclu qu'on revienne à la situation de départ car la fusion qui a eu lieu est une fusion à vocation zurichoise. Il insiste sur le fait que tous les journalistes romands de l'ATS craignent pour leur avenir. Il n'est pas certain que l'aide de 2 millions soit reconduite en 2021.

M. Badillo précise que c'est pour cela que, dans la présentation, ils ont indiqué que cela devrait être une priorité absolue.

Le commissaire Ve demande s'il serait possible de créer une mission d'intérêt général au niveau cantonal.

M. Badillo répond qu'il ne peut pas s'avancer sur la transposition du cas au niveau cantonal car il ne connaît pas très bien la définition juridique qu'il y a derrière. Il indique cependant que l'idée d'une dimension d'intérêt général paraît indispensable. Il explique par exemple qu'aux Etats-Unis, il avait une région où il n'y avait plus que des radios privées, un jour un train a déraillé avec des produits chimiques extrêmement dangereux, il a donc fallu prévenir la population mais comme il n'y avait plus que des radios privées, l'information n'a pas pu être diffusée. Il termine en déclarant que pour éviter ce genre de situations, il doit y avoir un noyau dur d'information publique et de mission d'intérêt général.

M. Améz-Droz explique que, dans le cadre de la révision de la loi sur les médias électroniques, il faut accompagner les médias locaux et apporter un lobbying aux médias qui ont fait des déclarations publiques de volonté de couvrir l'information locale genevoise.

Il explique par ailleurs que certains ont notamment dit qu'ils s'inquiétaient que, dans le cadre de la révision de la loi sur les médias électroniques, les 6%, qui à partir de 2019 seront redistribués aux médias concessionnés locaux régionaux, soient encore dilués par la fragmentation des radios numériques. Il

rappelle que, d'une certaine manière, si quelques radios et télévisions ont pu survivre aujourd'hui c'est grâce à la petite partie de la redevance qui compensait la faiblesse des recettes publicitaires. Il rappelle même que la LRTV était très dure car elle disait que pour 1 F donné sous forme de subside, il fallait que le média local aille chercher 1F de publicité. Or, la publicité c'est ce qu'il y a de difficile à trouver puisqu'au niveau national elle est dominée par les grands acteurs et qu'au niveau local elle est de plus en plus fragmentée. Il explique que, même Facebook dispose aujourd'hui de logiciels qui permettent d'aller chercher la publicité des commerçants du coin. Cela signifie qu'on peut, à très faible prix, faire sa publicité locale sur les réseaux sociaux ce qui est encore du pain enlevé à la bouche des médias locaux régionaux traditionnels.

Un commissaire PLR demande aux auditionnés s'ils ne pensent pas que le peuple suisse a décidé de voter non à l'initiative « No Billag » puisque la RTS reçoit des montants considérables pour cette mission d'intérêt public. Il demande si, dans le cadre d'un gain d'efficacité, il ne faudrait pas renforcer l'aspect romand.

M. Badillo répond que tout ce qui permet de prendre en charge l'information d'utilité publique, à commencer par la SSR, est très bien mais le plus important c'est d'avoir un tissu journalistique qui soit le plus riche possible pour qu'il y ait une concurrence d'information et pas un monopole. Il rappelle pour finir que le peuple suisse s'est prononcé par rapport à la radio et à la télévision mais pas par rapport au tissu journalistique qui est alimenté par la presse écrite.

Une commissaire Ve demande quelle est, dans la construction de l'opinion publique, la part relative aux médias écrits et la part relative aux médias audiovisuels. Elle explique que les représentants de Médias Suisses ont dit que 70% des citoyens s'informent grâce à la presse.

M. Amez-Droz répond que des enquêtes ont été réalisées au niveau mondial et qu'elles ont montré que la presse écrite génère pratiquement 80% des informations mais que 80% des informations consommées étaient recyclées par des réseaux sociaux ou des tierces plateformes qui ne citaient pas leur source. En Suisse, il explique que 80% des news du service public de la radio romande sont du recyclage de contenus produits par les journaux dominicaux alémaniques qui ont des moyens rédactionnels. Il termine en déclarant que la réalité romande est vraiment d'une très grande pauvreté en matière de production du contenu.

M. Badillo montre le slide de la présentation du 1^{er} octobre en lien avec les nouvelles fractures. Au vu de ce diagramme, il déclare que l'affirmation selon laquelle 70% des citoyens s'informent grâce à la presse paraît fausse.

Un commissaire Ve remarque que si la presse écrite s'effondre alors il n'y aura plus rien à distribuer.

M. Badillo répond que la question est de savoir si on va arriver à ce scénario ou pas.

Audition de M. Besencon

La présidente remercie M. Besencon pour sa présence et lui cède la parole.

M. Besencon remercie la commission de le recevoir. Il indique qu'il est vice-président de Communication Suisse qui est l'association faîtière de la communication commerciale en Suisse, qu'il est aussi membre de la Commission fédérale des médias (COFEM) et qu'il fait partie du Conseil d'administration de la GFI. Il précise qu'il suit l'industrie des médias depuis plus de 30 ans et qu'il la connaît donc bien.

Il commence par donner un bref aperçu de la situation des médias. Il souligne le fait que le marché des médias et de la publicité n'est pas en crise malgré tout ce qu'on veut bien nous dire. Il remarque en effet qu'on n'a jamais autant produit et consommé de contenu. Il explique que ce sont simplement les acteurs qui ne sont plus les mêmes car ils se globalisent.

Il explique qu'il y a deux éléments qui se suivent et qui s'entrechoquent. Il y a tout d'abord un basculement fondamental des audiences vers le non linéaire, c'est-à-dire vers tout ce qui est consommé hors du flux. Il explique en effet que les audiences vont vers l'offre digitale non linéaire et qu'elles vont sur des plateformes à la demande. Il précise que ce basculement des audiences est suivi d'un basculement des revenus publicitaires qui eux aussi vont vers cette offre non linéaire. Il remarque que les chiffres sont hallucinants puisque Google et Facebook ont cumulé environ 135 milliards de dollars de revenus publicitaires en 2018 ce qui représente 1/3 des revenus publicitaires de la planète. Il précise qu'en Suisse les revenus digitaux vont à 80% auprès de ces grands acteurs globalisés. On se situe donc dans un basculement très important de notre industrie.

En même temps, il explique que la presse imprimée a perdu, en 10 ans, la moitié de ses revenus. Elle fait en effet aujourd'hui 1.1 milliard de recettes publicitaires alors que Google et Facebook en Suisse ont déjà 2.1 milliards de recettes. On est donc vraiment dans une situation inédite. Il remarque que demain, tout sera internet dans notre industrie et tout sera à la demande.

Concernant ensuite le PL 12307, il indique que la COFEM s'était déjà penchée sur la question de créer une fondation au niveau national pour soutenir les médias. Il remarque qu'aujourd'hui, le fait est qu'on ne finance plus le journalisme par le journalisme. Il explique que cela est dû à de multiples raisons mais aussi à des choix entrepreneuriaux des médias imprimés de ces dernières années. Les médias imprimés ont en effet décidé de rendre gratuit sur internet ce qu'ils vendaient et ont dissocié les activités rentables des activités de production. Il explique qu'ils ont sorti toute l'industrie des petites annonces qui était très rentable et profitable et qu'aujourd'hui elle ne participe donc plus au financement du journalisme. Ce sont des choix entrepreneuriaux, qu'on peut considérer comme discutables, mais ce sont des choix d'entreprise qu'on ne doit pas discuter. C'est donc un fait et aujourd'hui, le journalisme ne se finance plus avec le journalisme.

Il considère cependant que dans une démocratie directe, il faut des citoyens informés à trois niveaux ; communal, cantonal et fédéral. Il remarque que c'est cette qualité d'information qui est en danger. Il explique qu'au sein de la COFEM, ils ont fait une étude qui visait à déterminer quelle serait l'évolution des médias au cours de ces prochaines années et quels seraient les grands scénarios d'évolution des médias. Il s'en est dégagé trois.

Le premier serait celui dans lequel rien ne changerait, rien ne bougerait. Les choses se maintiendraient.

Le deuxième scénario serait celui de la disparition des acteurs actuels. Les acteurs actuels perdraient le peu de parts de marché qu'ils auraient et disparaîtraient définitivement. Il précise que ce n'est pas un scénario complètement exclu dans le sens où il faut se rendre compte que, pendant des décennies, les médias avaient une exclusivité d'être les récipiendaires de l'information et en même temps ceux qui fournissaient l'information alors qu'aujourd'hui les médias ne sont plus les seuls à prétendre à cette exclusivité du lien entre le groupe cible et l'émetteur de message. La fonction du média est donc aujourd'hui aussi assurée par d'autres types d'acteurs. Par exemple, les pouvoirs publics publient des contenus qui s'adressent directement à l'électeur avec une information de qualité et qui est conçue par des gens qui savent écrire alors qu'avant cela n'existait pas. On a aujourd'hui une capacité à s'adresser directement aux citoyens ce qui n'était pas possible il y a quelques années. Comme cette fonction, qui était assumée exclusivement par les médias, peut aujourd'hui être assumée par d'autres d'acteurs, on peut donc imaginer la disparition des médias actuels. Disparition aussi par le fait que les médias structurés sont remplacés par des blogs ou des communications directes d'émetteur à récipiendaire.

Le troisième scénario serait celui de la substitution. Aux médias se substitueraient d'autres structures qui rempliraient la fonction d'information. Il précise que ce scénario serait acceptable pour la démocratie mais qu'il représenterait quand même des risques.

Il explique que, pour la COFEM, il est clair que cette fonction que joue le journalisme dans la société est essentielle. Il faut donc tout mettre en œuvre pour qu'au mieux la situation actuelle et l'offre de médias qui est la nôtre se maintiennent voire, si de nouveaux acteurs se substituent aux acteurs existants, qu'ils apportent les mêmes services.

Il précise que le scénario de maintien de l'offre actuelle, qu'il faudrait favoriser, ne peut exister que si on maintient une politique relativement active d'aide indirecte ou d'aide directe aux médias. Il indique en effet qu'il n'y a pas de salut dans les médias actuels sans la prise de conscience que c'est un service au public qui est absolument nécessaire.

Dans ce contexte, il considère que le projet de fondation part d'un bon sentiment mais qu'il fait fausse route sur un certain nombre de points. D'abord, il fait fausse route sur le fait qu'il se limite à l'écrit. Il considère en effet qu'il est surprenant que ce projet se limite à l'écrit surtout à un moment où le transfert de la consommation des médias se fait vers l'audiovisuel et à un moment où on sait que pour entrer en contact avec les jeunes publics l'écriture audiovisuelle est relativement efficace. Il considère donc qu'il ne faudrait pas se limiter à une forme d'expression et qu'il faudrait plutôt voir plus large et utiliser les trois formes d'expression possibles sans distinction, à savoir l'audiovisuel, l'audio et l'écrit.

Ensuite il estime que ce projet de fondation fait fausse route sur les critères de son article 5 puisqu'aucun de ces critères ne garantit une meilleure information. Pire, cette fondation risque d'être extrêmement politisée et de financer des canards boiteux. Elle sera prise en otage dans des considérations partisans. Il y a d'ailleurs un très bel exemple en Suisse alémanique avec l'entreprise Republik.

Il explique que cette entreprise était, il y a 2-3 ans, le *nec plus ultra* alors qu'actuellement cette entreprise est en difficultés majeures car pour faire fonctionner un média il y a des règles de fonctionnement qui existent et qui sont les mêmes partout. L'objectif louable d'un média participatif ne fonctionne donc pas. Republik va d'ailleurs sans doute se transformer en un média très classique malgré le beau projet qui était le sien. Il précise que, des exemples comme Republik, il y en a d'autres en Suisse alémanique.

Il continue sa présentation en indiquant que l'enjeu n'est pas de produire des contenus mais plutôt de toucher le public. C'est donc là où il faut, si on

alloue des fonds publics, se poser la question de la valeur ajoutée pour la démocratie et pour la communauté qui le finance et pas tellement de se préoccuper de la question de savoir si le titre doit être à but lucratif ou pas. L'élément fondamental c'est qu'il atteigne son public.

Il remarque ensuite que le projet de fondation ne répond pas à la question de savoir s'il faut soutenir des médias ou s'il faut soutenir le journalisme. Il souligne le fait que ce dont on a besoin pour une démocratie c'est du journalisme et pas des médias ni des journalistes. Il précise que le journalisme n'est pas fait forcément par des journalistes ou des médias et que tout est un peu plus compliqué que cela. Par contre, il considère qu'on devrait inciter les médias à investir dans le journalisme. Il faudrait faire en sorte que la ressource journalistique dans un média soit plus attractive qu'elle ne l'est aujourd'hui. Il rappelle qu'aujourd'hui, la partie qui coûte le plus cher c'est la partie journalistique et que ce n'est pas celle qui apporte de l'audience, ce qui est un peu paradoxal. Il remarque qu'il est donc plus facile d'acheter du contenu à l'extérieur que d'engager des journalistes. La clé du fonctionnement doit donc faire en sorte que la création de contenu soit faite à l'intérieur de nos médias et qu'elle puisse être faite dans un équilibre économique qui soit acceptable, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

Il remarque qu'il y a une autre question qui se pose en lien avec ce projet de fondation, celle de savoir s'il s'agit d'une compétence cantonale ou fédérale. Il considère que si on veut faire quelque chose en Suisse il faudrait modifier l'article 93 de la Constitution fédérale qui traite de la radio et de la télévision. Il estime que cet article n'a plus tellement de sens aujourd'hui et qu'il s'appuie encore sur des vecteurs particuliers. Il rappelle que les vecteurs radio, télévision, imprimé n'existent plus. On devrait donc réécrire cet article et remplacer les mots « radio » et « télévision » par « médias » et « service d'information » pour avoir une vraie possibilité de soutenir et de structurer les médias et les services d'information dans un corpus qui soit cohérent. Cela nous permettrait aussi d'avoir une loi sur les médias qui permettrait d'intégrer la régulation des grandes plateformes internationales qui sont les concurrents principaux des médias suisses. S'il y a quelque chose à faire c'est clairement de réviser l'article 93 qui donne la compétence en matière de radio et de télévision à la Confédération.

Il précise qu'il ne considère pas que la Confédération fasse mieux que les cantons. Il pense cependant que plus il y a de distance entre le contenu et celui qui donne de l'argent mieux c'est. Il remarque par exemple que l'Office fédéral de la communication qui répartit 1.5 milliards de francs par an, le fait avec une distance qui est importante et qui est vraiment celle d'un bailleur de fonds qui émet des critères, qui est neutre et qui n'intervient pas dans le contenu. Il

considère que la pire des choses serait d'intervenir dans le contenu. Donc plus on est loin du contenu et mieux c'est. Le financement au niveau fédéral donnerait cet avantage là et éviterait cette proximité. Subsidiairement, il estime qu'on pourrait aussi imaginer quelque chose au niveau romand pour soutenir le journalisme.

Concernant ensuite la M 2411-B, il remarque que la question pertinente n'est pas tellement celle de sauvegarder des emplois de journalistes à Genève car c'est un objectif de politique économique. Il considère qu'on n'a pas besoin de journalistes à Genève. La question qui se pose est plutôt celle de savoir comment on assure la couverture de Genève et comment on assure l'information de sa population. Il estime que la sauvegarde de journalistes à proprement parler à Genève n'est pas forcément la meilleure des solutions. Si un média peut fournir ce service de manière plus efficace et plus efficiente en centralisant une rédaction à Lausanne ou à Zurich, il devrait pouvoir le faire. D'ailleurs, il est aussi possible de développer, depuis Genève, un centre de compétence en matière journalistique sur les organisations internationales par exemple et de couvrir depuis Genève cette actualité à destination de tous les médias suisses. Il termine en déclarant que la localisation du journalisme n'est pas un élément déterminant, en tout cas pas dans ce contexte là.

Il indique, à propos de la M 2444-A, que ce sujet est passé puisque l'ordonnance sur la radio et la télévision qui vient d'être corrigée prévoit le financement de l'ATS par la redevance avec un contrat de prestations qui lie la Confédération à cette agence de presse. Il insiste sur le fait que c'est une bonne solution et que c'est important pour les régions minoritaires qui sont les nôtres. Il explique que la disparition éventuelle de l'ATS ou en tout cas les économies successives qui ont été faites au sein de l'ATS ont amené un effet négatif surtout pour les régions minoritaires comme le Tessin et la Suisse romande. Il explique que ce sont dans ces régions là qu'on va supprimer le service d'économie en langue française alors qu'en Suisse alémanique on aura toujours toutes les spécialités qui seront produites en langue allemande. Le refinancement de la partie en langue italienne ou en langue française est beaucoup plus délicat donc les romands feraient les frais d'une diminution des frais de l'ATS.

Il rappelle qu'il y a 2-3 ans, il y a eu un projet d'avenir suisse qui consistait à transformer la SSR en une agence de presse au même titre que l'ATS. Il explique cependant que le danger des agences de presse est celui de ne pas participer à la diversité des médias et de l'information puisque on a la même information partout. Donc cela ne résout pas la problématique de la qualité, de la pluralité et de la diversité de l'information. Il remarque que c'est une bonne couche de base pour les médias car cela leur permet d'avoir des éléments de

base à des coûts acceptables, surtout pour les petits médias dans les régions minoritaires, mais il considère que ce n'est pas pour autant la panacée et la réponse à tous les problèmes. La solution ne serait par exemple pas, face aux problèmes des médias à Genève ou en Suisse romande, de créer une grande agence romande qui mettrait à disposition ses contenus pour tous les médias romands car au bout du compte on aurait un seul contenu qui serait toujours le même.

Finalement, concernant la R 821, il remarque que c'est trop tard. Il considère que c'est regrettable mais que c'est la vie des entreprises et des médias. Il rappelle que les médias sont comme des entreprises et qu'ils ont les mêmes aléas. Il y a donc d'autres médias qui se créeront et qui se développeront.

Un commissaire Ve remercie M. Besencon pour son éclairage intéressant. Il demande, par rapport à sa proposition de modification de l'article 93 de la Constitution fédérale, si Communication Suisse et la COFEM y sont favorables.

M. Besencon répond que Communication Suisse n'y est pas favorable. Il indique qu'il a échafaudé cette idée avec M. LOMBARDI. Il remarque que le fait de passer d'un article sur la radio et la télévision à un article sur les médias pose la question de savoir si on a besoin d'un article sur les médias en 2018. Il considère que la réponse doit être positive car il faut une base constitutionnelle pour faire de l'aide indirecte et de l'aide directe à la presse mais aussi pour réguler les choses, notamment face aux acteurs étrangers. Il précise que les acteurs existants ne sont pas favorables à cette modification. Il y a ceux qui voient le risque de voir la redevance être dispatchée entre plus d'acteurs et il y a ceux qui ne sont pas régulés du tout et qui ont peur de l'être si l'article constitutionnel englobait tous les médias. Donc finalement tout le monde pense que c'est conceptuellement juste mais chacun a des intérêts pour ne pas le faire.

Un commissaire Ve remarque qu'actuellement cette base légale n'existe pas, il demande s'il y a des financements directs.

M. Besencon répond qu'il y a des financements directs pour la radio et la télévision. Il explique qu'il y a d'ailleurs eu, ces dernières années, au parlement fédéral environ 40 motions qui demandaient un financement direct pour la presse écrite. Mais la réponse du Conseil fédéral a toujours été la même ; il n'y a pas de base constitutionnelle. Du coup le PL sur les médias est l'expression de cela, il se concentre sur la radio et la télévision et sur les services en ligne d'information justement à cause de cette problématique là. Il considère que si tout le monde est d'avis qu'il faut voir les médias dans leur globalité et qu'il

n'y a pas de raison de favoriser ou de défavoriser l'un ou l'autre des vecteurs alors il faudrait modifier la base légale.

Il termine en déclarant qu'il y a quand même une aide indirecte à la presse via une réduction du tarif postal de distribution de la presse qui représente 50 millions de francs. Il précise que cette réduction du tarif est payée par la Confédération. La base légale pour cela c'est la loi sur la poste et pas la Constitution.

Le commissaire Ve remarque que M. Besencon a dit que l'information était un service public. Il demande ce qu'en pense la COFEM et si elle partage cette opinion.

M. Besencon répond que toute la branche professionnelle considère que l'information n'est pas forcément un service public mais qu'elle est un service au public et que c'est un réseau essentiel au fonctionnement d'un pays comme le nôtre qui est une démocratie directe à trois dimensions. Il indique ensuite que la COFEM regroupe trois catégories d'acteurs ; des académiciens, des défenseurs du monde journalistique et des praticiens. Elle est donc par définition constituée de gens qui considèrent les médias comme importants.

Le commissaire Ve demande si cela signifie qu'il faut seulement trouver un moyen de financer une activité journalistique avec des moyens publics.

M. Besencon acquiesce. Il précise que ces problématiques se retrouvent dans tous les pays et encore plus dans les petits pays où les problèmes de financement sont plus aigus. Il donne l'exemple du Danemark dans lequel il y a des initiatives qui financent les places de journalistes dans les médias. Il explique que le Danemark n'aide pas la structure ni le média en tant que tel mais qu'il rend la place de travail moins cher.

Le commissaire Ve demande, si la fondation fédérale et la révision de l'article 93 ne sont pas possibles, ce qu'il reste comme moyens pour financer le journalisme.

M. Besencon répond qu'il est possible de réviser la Constitution fédérale mais qu'il faut que les politiques soient d'accord sur le fait que cet article, tel qu'il est rédigé aujourd'hui, ne fait plus de sens.

Le commissaire Ve demande si on pourrait imaginer des mandats de prestations publics pour financer les médias.

M. Besencon acquiesce.

Un commissaire S remarque qu'aujourd'hui il y a une différence entre la radio-télévision et la presse écrite et qu'il y a un vrai changement qui est en train d'être fait. Il observe par ailleurs qu'on retrouve les mêmes médias sur une même plateforme, c'est-à-dire sur internet.

Il remarque par exemple que sur Facebook, il y a des articles RTS et des articles Tribune de Genève mais que la RTS n'a pas besoin de faire payer ses articles alors que la Tribune de Genève, pour survivre, doit le faire. On assiste donc à une certaine forme d'inéquité. Il considère qu'il faudrait donc trouver des principes pour mettre tout le monde sur le même pied d'égalité. Une vision très libérale pourrait consister à dire c'est le privé qui régit le tout. Ou alors il y aurait une autre vision qui viserait à réguler le tout et à faire en sorte que l'on ait des médias qui puissent garantir une information qui soit de qualité et qui soit indépendante. Il considère que cet aspect d'indépendance est faisable même si le pouvoir public est derrière. Il demande si cette différence entre la presse écrite et la radio-télévision existe vraiment.

Il remarque ensuite que M. Besencon a mentionné le fait que le but premier du journalisme était de garantir l'information mais pas nécessairement le journaliste et le journalisme. Il considère cependant qu'aujourd'hui, on devrait de tout faire pour maintenir le vrai journaliste formé puisqu'on assiste de plus en plus au développement d'une information d'une qualité catastrophique. Il considère donc qu'il faut garantir cette information vraie ou en tout cas qu'elle soit vérifiée. Il déclare que la sauvegarde du journalisme est indispensable pour garantir cette information.

Il considère pour finir qu'un bon journaliste c'est celui qui côtoie et qui connaît le milieu politique. Il termine en déclarant que la rationalisation de l'information et du journalisme va dans le sens d'une mauvaise information et du manque de proximité.

M. Besencon répond qu'il y a des différences entre la radio-télévision et la presse mais qu'elles sont historiques légales. Il explique que les éditeurs ont toujours refusé l'aide directe par souci d'indépendance. Il indique que c'est seulement depuis le traumatisme de l'Hebdo que les romands ont commencé à dire que l'aide directe pour la presse écrite était acceptable si c'était la seule solution pour maintenir les médias en Suisse romande. Il précise que ce courant d'idées commence aussi à faire jour en Suisse alémanique. Il y a donc une différence mais elle commence à s'atténuer dans cette vision là.

Il explique ensuite que la solution qui consisterait à être très libéral et à laisser le privé régir le tout ne marcherait pas sur les médias en Suisse italienne ni en Suisse romande.

Concernant ensuite l'information et les journalistes, il répond que c'est le journalisme qui doit être au cœur du combat. Il doit s'agir de garantir l'information et pas de sauver une corporation. Aujourd'hui un des meilleurs garants c'est une bonne formation des journalistes afin d'avoir des journalistes de qualité. Il faut cependant admettre que les journalistes de qualité ne font

plus de journalisme car ils vont travailler dans les banques. Il faut donc réfléchir à d'autres solutions.

Il indique par ailleurs qu'il ne faut pas limiter les médias et l'information à l'information politique pure. Les choses sont beaucoup plus larges que cela. Il rappelle qu'un livre, qu'un film ou qu'une émission de divertissement participent aussi à la formation de l'opinion et à tous ces éléments qui améliorent globalement notre vivre ensemble. On trouve par exemple des papiers dans *Le Temps* ou des émissions de radio ou de télévision de très bon niveau qui participent à la formation de l'opinion et qui ne sont pas le fait de journalistes.

Concernant finalement la localisation, il rappelle qu'il est possible d'avoir une rédaction à Bâle sans pour autant que cela empêche d'avoir des journalistes pour le local à d'autres endroits.

Un commissaire PLR demande ce qu'il pense de la notion d'influenceur. Il demande si c'est une thématique qui est traitée.

M. Besencon répond que la notion d'influenceur est strictement commerciale et que cela n'a rien à voir avec du journalisme. Il remarque que c'est une version différente du téléachat et du publiereportage et que c'est quelque chose qui existera toujours. Il termine en déclarant que la question qu'il faut toujours se poser, quand on voit un média ou quelqu'un qui apparaît dans les médias, est de savoir qui le paie. Cela permet d'avoir la réponse sur la qualité de l'information.

Une commissaire Ve remarque que le basculement des audiences et le basculement des revenus engendrent un découplage. Avant l'un servait à financer l'autre mais maintenant ils s'éloignent. Elle demande si ce découplage est réversible ou pas. Elle remarque que petit à petit on pourrait retrouver des lecteurs intéressés à payer davantage pour un service.

M. Besencon répond que toute l'histoire des médias se situe dans ce couple là, entre le contenu et la publicité. Il explique que la publicité avait besoin d'un véhicule pour aller dans les foyers et qu'elle a utilisé les médias pour le faire mais qu'aujourd'hui elle touche sa cible sans les médias, elle n'a plus besoin de contenu éditorial pour toucher sa cible. Donc on assiste à une fracture de ce couple publicité-contenu. Il précise qu'il n'y aura jamais de changement à cela. Il explique qu'avant la totalité des revenus publicitaires finançait des contenus éditoriaux alors qu'aujourd'hui ce n'est plus qu'une infime partie. Il rappelle qu'on a perdu en Suisse environ 5 milliards de francs de publicité qui finançait les contenus.

Par contre il considère que la volonté du grand public pour payer pour des contenus est une grande question. Il précise cependant qu'il n'est pas très

optimiste par rapport à cela car l'information a été rendue gratuite et qu'on ne reviendra plus jamais en arrière. Mais d'un autre côté, il remarque qu'il y a quand même des informations pour lesquelles les gens sont prêts à payer.

Il termine en déclarant que moins il y aura de publicité et plus ce contenu va coûter cher.

Une commissaire Ve remarque que M. Besencon a dit que l'enjeu n'était pas de produire des contenus.

M. Besencon répond qu'il y a des contenus de qualité formidable sur tous les sujets mais que le problème c'est qu'on n'arrive pas à les trouver. Le vrai problème ce n'est donc pas la production mais la distribution.

Une commissaire Ve remarque que le problème peut aussi venir du financement.

M. Besencon répond que la distribution n'est pas tellement un problème de financement. Il explique qu'il faut avoir des outils nécessaires pour adresser les contenus. Il explique par ailleurs que la distribution sélective qu'on a aujourd'hui amène aussi à une segmentation de nos sociétés. On arrive donc à une fragmentation sociétale qui n'a jamais été aussi importante et c'est donc pour cela qu'on a besoin de contenus généralistes et de qualité.

La présidente indique qu'elle est sensible à l'émergence de l'accès à la presse en fonction des moyens des gens. Elle remarque que l'accès à l'information de qualité va devenir de plus en plus difficile pour une grande partie de la population ce qui est inquiétant dans une perspective de démocratie. Elle demande s'il n'y a pas une responsabilité des médias et des professionnels d'éviter la confusion entre l'information de qualité et ce qu'on trouve dans les gratuits ou sur internet. Elle remarque qu'aujourd'hui on laisse à penser que, du moment que c'est de l'information, quelle soit bonne ou mauvaise, elle a le droit d'exister et qu'elle est à mettre sur le même niveau que les autres.

M. Besencon répond qu'il y a des médias dont l'objectif est clairement de développer et de fournir une information de qualité au sens large, c'est notamment le travail du service public. Il précise en revanche que l'objectif central d'une entreprise strictement privée n'est pas de faire de l'information. Il considère qu'on ne peut cependant pas leur en tenir rigueur car elles ont d'autres objectifs tout aussi louables.

La présidente demande si cela ne trahit pas l'aspect constitutionnel genevois qui prévoit la libre formation de l'opinion par la presse. Elle demande s'il n'y a pas une trahison de cet objectif là à partir du moment où on se satisfait d'une information de basse qualité.

M. Besencon répond par la négative. Il explique que ces entreprises n'interviennent pas sur les contenus et qu'elles laissent une totale liberté éditoriale à leurs rédacteurs. Il indique qu'elles investissent moins dans le contenu car le contenu coûte cher et qu'il rapporte peu en termes d'audience et de diffusion des titres. Il explique que ces entreprises se tournent donc vers d'autres contenus qui sont plus générateurs de profit. Il considère que cela est normal car c'est la vie des entreprises. On peut être choqué par cela mais les médias sont des entreprises privées, le patron de presse à l'ancienne n'existe plus.

La présidente remarque que c'est problématique car la presse est aux mains de ces personnes.

M. Besencon répond que l'avènement du net nous offre à tous des sources d'information extraordinaires. Par exemple, pour savoir ce qui se passe sur l'économie on peut lire Le Temps mais si on lit un journal international, on sait avec un jour d'avance ce qu'il y aura dans Le Temps. Il remarque qu'on a aujourd'hui accès à une qualité d'information qui est très bonne et à laquelle on n'avait pas accès auparavant. Il explique que cela ne remplace pas tout et notamment pas la couverture de l'économie locale mais il considère qu'il y a d'autres éléments pour lesquels on a aujourd'hui des solutions différentes de celles d'hier.

Audition de M. Maudet, Conseiller d'Etat (projet MyPressGE)

M. Maudet commence par revenir sur la genèse de la presse. Il explique que le Conseil d'Etat, dans la législature précédente et même dans celle d'avant, a eu des discussions et des réflexions sur la question de la presse, en particulier en faveur de la nouvelle constitution et des articles y relatifs. Il explique qu'il y a également eu tout le débat sur la loi sur les médias électroniques qui a donné lieu à une discussion au sein du Conseil d'Etat.

Il explique que la principale difficulté à laquelle ils sont confrontés, dans un exécutif, c'est qu'ils sont relativement impuissants. Ils voient en effet, années après années, des titres disparaître. Il remarque que le monde politique verse des larmes de crocodile au moment de ces disparitions et qu'il intervient dans la mesure du possible pour éviter les licenciements. C'est d'ailleurs ce qui s'est passé en 2016 avec Tamedia qui a finalement divisé par deux le nombre des licenciements.

Il indique que la question qui a animé le Conseil d'Etat était donc celle de savoir s'il ne devrait pas, dans la mesure du possible, expérimenter une solution qui permettrait d'appuyer sur une orientation numérique.

Il mentionne par ailleurs le fait qu'il y a eu tout le débat au sein du Conseil d'Etat sur la question de savoir s'il fallait une aide directe à la presse ou pas. Il remarque qu'il est possible, comme le font certaines collectivités publiques, de soutenir la presse par voie d'annonce. Il rappelle que la Ville de Genève le fait d'ailleurs assez souvent avec des publications, dans Le Courrier, La Tribune ou Le Temps, d'appels à des candidatures de postes. Il précise qu'à l'Etat ils font des appels à des candidatures via Jobup et qu'il ne s'agit donc pas d'un soutien à la presse.

Il indique ensuite qu'il y a eu une question posée par M. Brandt lors de la dernière séance du Grand Conseil et que la réponse sera apportée ce vendredi. Il recommande aux députés de lire cette réponse car il explique qu'ils ont détaillé toutes les annonces qui ont été publiées dans la presse papier par les départements de l'Etat. Ils ont même découvert, dans la législature précédente, qu'un département avait acheté des espaces pour plusieurs dizaines de milliers de francs dans le magazine Easyjet. Il indique qu'il y a aussi eu des achats, qui ont d'ailleurs faits polémique à l'époque, de suppléments à la Tribune de Genève pour parler de la mobilité ou d'autres dossiers. Il remarque que le soutien à différentes formes de presse va donc très loin.

Il souligne le fait que la voie que préconise le Conseil d'Etat n'est pas forcément celle du soutien direct car elle pose le problème de l'indépendance des médias. Il estime d'ailleurs que cette voie est un peu un emplâtre sur une jambe de bois puisque le modèle de financement des médias traditionnels par la publicité arrive au bout. Ce n'est donc pas cette voie qui va permettre de sauver les médias.

Ce qui pourrait éventuellement les sauver ce serait l'avènement d'une plateforme numérique. Il rappelle que ces dernières années, la concurrence du numérique et les gratuits ont remis en cause les modèles traditionnels. Il explique que c'est à la faveur de la réflexion sur la loi sur les médias électroniques qui présente quand même des avantages, comme celui d'étendre les bénéfices de la redevance à des médias qui sont encore aujourd'hui très axés sur le papier mais qui développeraient une information en ligne, qu'ils ont développé un projet. Il indique que ce projet qui s'appelle « MyPress » est en cours de travail au sein de la DG DERI et qu'il est assez proche du projet Timoty.

Il explique que le projet Timoty a été initié par deux conseillers nationaux PLR, MM. Fathi Derder et Philippe Nantermod. Il s'agit d'un projet essentiellement privé qui vise, avec des critères de sélection définis par un algorithme, à déterminer l'accessibilité au contenu de certains journaux afin de pouvoir acheter des analyses de fonds. Il précise que ce projet se fonde sur le principe du consommateur-payer.

Il indique que le Conseil d'Etat croit relativement peu à ce modèle car il concerne des publics très ciblés et des volumes peu importants. Cependant il considère que l'Etat a quand même un rôle à jouer. C'est donc à partir de cette réflexion là qu'ils en sont arrivés au projet MyPress.

Il explique que le projet MyPress est un Spotify d'essence publique qui viserait, en se mettant d'accord avec les fournisseurs d'accès à internet, à majorer de 1 F les abonnements auxquels les gens consentent de payer pour avoir accès à internet afin de pouvoir accéder à une plateforme d'informations en ligne qui permettrait d'avoir accès à tous les journaux de la place. Ensuite, il explique qu'en fonction de ce que les gens iraient chercher sur cette plateforme, il y aurait une rétribution du journal par le canal de l'Etat qui collecterait dans un fonds les apports des différents fournisseurs d'accès.

Il explique que le rôle de l'Etat serait de garantir la provenance des fonds. Ce serait également lui qui redistribuerait ensuite ces fonds aux différents médias concernés qui auront fournis l'information à la base. L'Etat servirait donc d'intermédiaire et garantirait le retour aux médias des fonds collectés auprès des fournisseurs d'accès. Il précise qu'il ne s'agirait pas d'une subvention au papier mais plutôt d'une subvention au journalisme et aux articles qui auront été consultés.

Il précise que ce modèle n'existe pour le moment qu'en théorie mais qu'il permettrait peut-être d'atteindre ce que prévoit l'article 28 alinéa 4 de la Constitution genevoise, à savoir permettre à toute personne d'avoir le droit à une information suffisante et pluraliste lui permettant de participer pleinement à la vie politique, économique, sociale et culturelle. Il explique qu'ils se sont questionnés au sein du Conseil d'Etat sur la manière de remplir ce mandat constitutionnel sans s'immiscer dans les contenus et tout en promouvant la diversité de la presse.

Il précise qu'ils ont publié une tribune libre là-dessus fin août et qu'ils se sont donnés jusqu'à la fin de l'année pour déterminer si les éditeurs y verraient un intérêt et si les fournisseurs d'accès seraient d'accord de fonctionner comme cela. Pour le moment, il indique qu'ils ont reçu un retour très timide des éditeurs et un retour poli des fournisseurs d'accès qui demandent de voir le modèle économique développé.

Pour finir, il indique qu'ils observent très attentivement les initiatives qui ont été prises comme Heidi Média qui procède à la base d'une levée de fonds.

Un commissaire S considère que ce projet est une excellente idée. Il remarque en effet que la solution Spotify pour la musique permet d'avoir accès à un panel très étendu de musiques. Il demande s'ils ont évalué le risque que cette idée soit reprise de façon plus conséquente puisque finalement une

plateforme très locale perdrait toute sa valeur si d'autres plateformes similaires apparaissaient à plus large échelle, comme une plateforme internationale par exemple. Il demande s'ils ont évalué cette viabilité par la suite.

M. Maudet répond par la négative. La question est très intéressante car ils risquent de se heurter à un problème de masse critique. Il explique qu'ils se sont par exemple interrogés sur le système de Médiapart et qu'ils ont constaté que c'était un modèle économique très contesté il y a une dizaine d'années, au moment de son lancement, mais qu'aujourd'hui il tourne bien. Il remarque par ailleurs que ce système Médiapart est à l'équilibre financièrement avec une masse critique très importante de lecteurs et de consommateurs sur le site.

La question se pose donc de savoir quelle est la masse critique à Genève puisqu'il y a un espace culturel d'environ 1.6 millions de consommateurs potentiels d'information avec une présence de nombreux titres au regard de la petitesse du marché. Il remarque aussi qu'il y a des titres régionaux qui fonctionnent plutôt bien avec un regain de Nouvelliste ou de La Liberté par exemple. Il observe qu'il y a donc aussi de la place pour une information papier purement locale.

Il termine en déclarant que pour leur projet ce serait l'Etat qui garantirait la clé de répartition et qui collecterait les fonds mais qu'il ne se mêlerait pas des contenus. Comme cela représenterait une certaine masse critique, il considère qu'on pourrait très vite envisager une solution au niveau romand car c'est aussi dans ce périmètre que les médias déploient leurs informations.

La présidente remarque que les jetons permettraient de garantir à la personne qui a déjà un ou deux abonnements d'accéder à d'autres titres et à d'autres articles. Elle remarque que l'idée serait donc de soutenir des éditeurs qui produisent déjà des articles. Elle demande s'il n'y a pas un risque de sélection des articles.

M. Maudet répond que ce risque existe mais qu'il y a un algorithme qui permet d'aplatir les choses. Il explique qu'il pourrait y avoir à un moment donné un effet entonnoir où certains articles seraient mis en avant et seraient plus promus que les autres. Il insiste sur le fait qu'il faudrait que la plateforme soit neutre par rapport à cela et qu'elle garantisse que ce n'est pas l'audience qui définit l'incitation à l'accès. Il explique qu'il faut pour cela un algorithme qui permette de tasser les choses et de financer les articles qui sont moins lus.

La présidente demande s'il ne devrait pas y avoir un effort à faire dans la manière de considérer l'information. Elle remarque en effet qu'on a aujourd'hui tendance à considérer que tout est de l'information et qu'on valorise des choses qui n'ont pas lieu d'être. Elle considère qu'il faudrait

revaloriser la presse et l'information de qualité afin d'éviter de soutenir des médias qui produisent de la médiocrité.

M. Maudet répond que c'est le consommateur qui dicte cela. Il remarque que la Constitution genevoise prévoit que l'Etat doit promouvoir la diversité de l'accès mais que c'est plutôt le rôle de l'école de former des citoyens responsables. Il indique qu'avec les plateformes numériques, tout concourt à uniformiser et à canaliser les choses dans un sens, c'est d'ailleurs le propre des algorithmes. Il rappelle qu'il y a toujours eu des complotistes mais qu'aujourd'hui ils se rencontrent et accèdent plus facilement leurs thèses. Ces phénomènes sont connus mais il s'agit d'un autre débat, celui de big data et de l'intelligence artificielle que le projet n'a pas la prétention de résoudre. Il considère qu'il faudrait en tout cas pas que le système y concoure.

Un commissaire Ve remarque que ce projet nécessite l'enthousiasme des producteurs d'information. Il demande, si les producteurs sont d'accord de faire fonctionner cette plateforme, comment elle va faire pour être compétitive par rapport à Google ou à d'autres plateformes qui diffusent aussi de l'information.

M. Maudet répond qu'il y a quand même l'idée que le consommateur majeure volontairement ce qu'il paie aux fournisseurs d'accès. Le consommateur aura donc logiquement envie d'en avoir pour son argent. Il explique que le consommateur sera ensuite incité par un fournisseur d'accès à accéder à cette plateforme et à utiliser ses jetons. Il précise que c'est le pari de base qu'ils font mais que ce pari repose sur une fiction réfragable selon laquelle il y a un intérêt citoyen à accéder à une information qui n'est pas gratuite et qui n'est pas prémâchée. Cela suppose donc qu'il y ait, en amont de cela, une formation des citoyens, une éducation digne de son nom et une appétence à la recherche d'informations. Il explique qu'au sein du Conseil d'Etat ils pensent que, dans un pays qui prône la démocratie directe et qui est attaché à la valeur du débat, il y a un terreau fertile pour cela.

Concernant ensuite l'enthousiasme des producteurs d'information, il observe que les journalistes décrivent, depuis des années, une situation difficile dans le monde de la presse avec l'avènement du numérique mais qu'ils ont de la peine à y transposer à leur propre situation. Il remarque par ailleurs qu'il y a des initiatives comme celle du Fijou que les romands ne veulent pas soutenir car elles s'apparentent à des aides directes à la presse.

Il explique que dans le monde des médias, il y a les grands groupes qui ne parlent plus de titres mais de marques, qui sont dans une logique différente et qui ne seront pas intéressés par ce projet étant donné qu'il ne s'agit pas d'une logique de rentabilité. Il indique qu'il y a aussi des journalistes qui veulent

tenter leurs propres opérations de journalisme freelance mais qui ne vont pas se retrouver sur le site car il ne s'agit pas de recréer un média. Et il y a finalement les médias qui sont dans une zone intermédiaire, comme La Tribune et Le Temps, qui veulent rester sur leur modèle. Il déclare que, ce qui fait marcher les sites, ce sont le nombre de clic sur les publicités qui les entourent. Il remarque que, pour Le Temps et La Tribune, il y a de moins en moins d'articles qui sont soumis à abonnement et donc qui sont rétribués.

Il termine en déclarant qu'il y a un intérêt poli mais pas davantage des producteurs d'information.

Un commissaire Ve demande si le Conseil d'Etat pourrait considérer favorablement l'opération du financement sous contrat de prestations de l'information sur Genève.

M. Maudet répond non si c'est le Conseil d'Etat qui fixerait les termes du contrat de prestations car on serait dans une logique de contrepartie et ce ne serait pas à l'Etat de l'exiger. Il précise que la redevance rapporte 1.2 milliards de francs et qu'il y a plus de 50 millions de francs qui sont redistribués aux médias privés audiovisuels. Il termine en déclarant que le fait de redistribuer la redevance, y compris à des médias écrits lesquels ouvriraient leur plateforme web, serait une bonne solution.

La présidente remarque que le commissaire Ve a adressé une proposition de motion à la commission. Elle demande s'il y a des prises de position sur les trois objets.

Un commissaire S remarque que l'audition des professeurs Amez-Droz et Badillo allait dans le sens d'une aide indirecte. Il rappelle, à ce propos, que le PL 12307 vise à mettre en place une aide indirecte puisque la fondation n'a pas un regard sur une ligne éditoriale ou sur un certain angle de traitement de l'information. Il insiste sur le fait que l'enjeu d'une aide financière pour la presse est indispensable.

A l'inverse, il rappelle que M. Besencon de Communication Suisse avait une vision très entrepreneuriale des questions de la presse. Il considère que cette vision des choses ne correspond pas à la définition qu'on peut attendre du rôle de la presse, à savoir d'être un moteur de la démocratie. Il rappelle que c'est un élément même de la démocratie que de pouvoir fournir une information de qualité. Il remarque que c'est justement cela le grand problème aujourd'hui avec le développement, via internet, d'informations de mauvaise qualité et de fake news. Il y a en effet de nombreux sites internet qui relaient des éléments d'information de manière quasi automatique sans aucun contrôle derrière.

Il insiste sur le fait que la presse n'est pas uniquement un marché de concurrence mais aussi un marché d'informations et que l'audition des professeurs Amez-Droz et Badillo allait justement dans le sens d'une aide financière indirecte à la presse pour préserver cet élément là.

Il termine en déclarant que le groupe socialiste va soutenir le PL 12307. Il considère en effet que ce PL est très important pour la survie de la presse faute de quoi on va assister, année après année, à une érosion de la presse et de la qualité de l'information.

Il rappelle pour finir qu'il y a des entreprises, comme Tamedia, qui ont osé dire aux chefs de groupe qu'il n'y allait plus avoir de licenciements alors qu'à peine quelques mois plus tard il y a eu une nouvelle vague de licenciements.

Un commissaire PLR considère que l'audition la plus essentielle était celle de M. Besencon. Il remarque en effet qu'il a très clairement expliqué que le PL 12307 faisait fausse route parce qu'il ne garantissait pas une meilleure information et qu'il y avait un risque très fort de politisation par rapport au financement de la fondation. Il a aussi très clairement évoqué le fait que l'objectif était d'atteindre le public et qu'il fallait se poser la question de la valeur ajoutée de la fondation. Il a aussi dit que l'objectif était de soutenir le journalisme et pas les médias ou les journalistes. Il a surtout expliqué que la difficulté était de savoir si c'était une compétence cantonale ou fédérale et il a dit qu'il y aurait lieu, dans ce cas là, de modifier l'article 93 de la Constitution. Il a pour finir évoqué le fait qu'il y avait un projet vaudois en cours dont on pourrait s'inspirer.

Il explique qu'il a retenu de cette audition que la véritable problématique résidait dans la distribution de l'information pour atteindre le public cible. Comme l'a dit M. Besencon, il n'y a jamais eu autant d'informations que ce que l'on a aujourd'hui. Il faut donc réussir à faire le tri de tout cela. Il déclare que ce n'est cependant pas avec une fondation qu'on va réussir à le faire.

Il explique que le PLR voit dans la fondation un risque de politisation de la presse écrite. Il considère qu'il faudrait par ailleurs aussi s'intéresser à tous les supports de presse et pas uniquement à la presse écrite, même si on sait que politiquement la presse écrite a un impact plus fort. Il indique que, pour toutes ces raisons, le PLR se positionne en défaveur du PL 12307.

Concernant ensuite la M 2411-B, il explique que le PLR n'est pas convaincu que le fait de garder des journalistes à Genève permette de sauvegarder une presse indépendante. Au contraire, il considère que cela va la rendre encore plus dépendante. Il remarque qu'il y a une vraie volonté économique et que le PLR ne peut que défendre cela, le fait de garder les

emplois sur Genève est capital mais si c'est pour essayer d'influencer le contenu des médias écrits alors ce n'est pas la vision des choses du PLR.

Finalement, concernant la M 2444-B, il remarque qu'elle n'a plus lieu d'être puisqu'elle devrait être réglée dans le cadre d'un contrat de prestations. Il considère que cette solution est la meilleure envisageable pour conserver l'ATS.

Un commissaire PDC indique, par rapport au PL 12307, que le PDC est assez réservé car ce PL ne s'intéresse qu'à la presse écrite. Il remarque en effet qu'il y a des médias, comme Radio Lac par exemple, qui ne sont pas soutenus, qui n'ont pas le droit à la redevance et qui doivent se débrouiller seuls.

Il considère par ailleurs que ce PL une lex Courrier puisque les conditions d'octroi d'aide posées par la fondation ne permettraient d'aider, à l'heure actuelle, que Le Courrier.

Il indique ensuite qu'il regrette le fait que M^{me} Marti n'ait pas investigué un peu plus sur les expériences de La Liberté à Fribourg ou du Nouvelliste dans le canton du Valais. Concernant La Liberté, il rappelle que les sœurs de Saint-Paul, qui détenaient la majorité du capital, le détiennent toujours mais qu'il y a désormais une participation, qui a été négociée sur la base d'un partenariat public-privé, entre la Banque cantonale, La Liberté elle-même et les services industriels du canton de Fribourg. Il remarque par ailleurs que M^{me} Marti ne s'est pas non plus référée au principe d'un partenariat public-privé. Le PDC se prononcera donc contre ce PL.

Concernant les M 2411-B et M 2444-A, il déclare qu'elles sont dépassées.

Un commissaire PLR déclare avoir été frappé par l'audition de M. Besencon dont la parole était d'or. Il rappelle qu'il a dit que le PL sur la fondation ne garantissait en aucune manière une meilleure information puisqu'au fond c'était juste un arrosoir. Il remarque par ailleurs que, dans toutes les auditions, les partisans et même la première signataire du PL ont dit que le média principal visé était Le Courrier. Il considère que 10 millions de francs pour le Courrier c'est beaucoup. Il rappelle en outre qu'on a déjà vu par le passé qu'une subvention accordée au Courrier lui avait ôté toute indépendance.

Concernant la qualité de l'information et la localisation, il rappelle que M. Mettan a dit que, pour couvrir l'économie genevoise, il fallait que la rédaction se fasse à Genève. Il remarque cependant que, dans le domaine qu'il connaît le mieux, la rédaction genevoise faisait un travail assez médiocre et que depuis qu'elle est partie à Lausanne il n'y a eu aucune différence. C'est ni mieux ni meilleur mais ce n'est pas pire. Il rappelle par ailleurs que

M. Besencon a dit que la localisation de la rédaction n'était pas le point déterminant.

Il indique ensuite qu'il a été très intéressé par les propos de M. Besencon qui a dit que les journalistes devaient prendre conscience du fait qu'ils étaient dans une industrie qui avait changé et qu'ils devaient s'adapter. Il rappelle par ailleurs que M. Besencon a dit que le journalisme ne voulait pas forcément dire support écrit et qu'il y avait d'autres médias qui fournissaient de l'information de qualité. Il faut donc soutenir le journalisme et pas forcément les journalistes.

Il termine en remarquant que la profession du journalisme a du mal à se réinventer. Il le dit d'autant plus volontiers que les journalistes ont dit pendant des années que la place financière était perdue parce qu'elle n'avait pas su se réinventer. On voit cependant qu'aujourd'hui les banques ont su se réinventer et qu'elles produisent de bons résultats alors que les journalistes, eux, sont incapables de changer leur façon de réfléchir et qu'ils en sont restés à un modèle qui n'est plus viable.

Il conclut en indiquant que Le PLR votera contre ces textes.

Un commissaire Ve déclare que les Verts sont emprunts parce que tout ce qui pourrait concourir à garder le journalisme, si possible pour une information citoyenne et locale, leur plairait. Il indique que le PL pour une fondation pourrait aller dans ce sens là mais que les auditions les ont amenés à la conclusion que la fondation genevoise localisée à Genève ne serait pas la bonne solution. Pour ces raisons là, les Verts vont s'abstenir sur ce PL 12307.

Il rappelle ensuite que les auditions des différentes parties se sont rejointes sur certains points. Il pense à M. Badillo de Medi@LAB-Genève, à M. Estival du groupe Hersant et à M. Besencon qui ont tous reconnu que le journalisme était un service public, qu'il avait une mission d'intérêt général, que c'était une base de la démocratie et qu'il pourrait exister des financements sous la forme d'un contrat de prestations. Il précise que M. Maudet est le seul à avoir répondu non à la proposition d'un contrat de prestations.

Il déclare que sur ce PL, les Verts vont s'abstenir mais qu'ils vont cependant proposer une alternative à savoir une motion qui s'intitulerait « pour soutenir la présence de l'information citoyenne locale et régionale dans la presse écrite ». Il explique que cette motion inviterait le Conseil d'Etat à proposer un financement par contrat de prestations de l'information citoyenne, locale et régionale dans la presse écrite. Il précise que l'exposé des motifs compilera les différents arguments en faveur d'un contrat de prestations issus des auditions de MM. Besencon, Estival, Amez-Droz et Badillo.

Il explique que cette proposition serait plus générale que la fondation et serait moins coûteuse. Elle permettrait aussi de financer de façon ciblée

l'information locale et citoyenne. Il remarque que Tamedia a montré que le local ou le régional l'intéressait peu puisqu'ils ont déménagé à Lausanne. Il explique que ce qui importe aux Verts c'est d'avoir une information locale et citoyenne. C'est d'ailleurs aussi ce qui intéresse les lecteurs. Il observe en effet que ceux qui performant dans la résilience face à l'évaporation des ressources publicitaires ce sont les gens qui gardent des lecteurs. Garder des lecteurs c'est garder des gens qui sont intéressés par des rubriques locales. Il explique que, du point de vue de l'information citoyenne, on a besoin de ces lecteurs là pour faire passer les débats sur les projets de société qui ont lieu en Suisse 3 à 4 fois par an. La proposition pourrait être considérée comme minimaliste mais elle serait efficace.

Il indique ensuite qu'il a beaucoup aimé ce qu'a dit M. Estival à savoir que la résilience devait être locale. Il explique que c'est un peu ce qui est proposé par la motion, l'idée étant d'essayer de sauver un morceau de la presse. Que journalistes habitent ou pas à Genève, l'important c'est que l'information soit produite à Genève.

A propos de la proposition de plateforme de M. Maudet, il remarque que pour l'instant ce projet n'est pas matérialisé et qu'on ne sait pas bien comment il va fonctionner. Il considère que c'est plutôt une façon de dire que le Conseil d'Etat essaie de trouver une solution mais que ce n'est pas une solution à court terme. A court terme, il y a soit la fondation soit la proposition d'un contrat de prestations, qui serait plus rapide à mettre en œuvre.

Concernant les motions, il indique que les Verts voteront selon l'inspiration. Il précise cependant qu'il serait plutôt favorable à s'abstenir. Concernant la motion initiée par le PDC, il remarque qu'elle devrait être décortiquée de certains éléments qui sont périmés pour être complètement valable.

Un commissaire S remarque, à propos de la question de la sauvegarde des journalistes, qu'il y a une réelle volonté au sein de la commission de considérer les journalistes comme des salariés comme les autres. Il considère qu'il est important de faire en sorte que ces personnes puissent toujours avoir un travail.

Il indique d'ailleurs qu'il entend très souvent, en commission fiscale, dire qu'on ne peut pas perdre des emplois de l'autre côté de la Versoix. Il remarque cependant que lorsqu'il s'agit de journalistes, le fait qu'ils s'en aillent tous ne pose aucun problème. Il considère que cette manière de penser est un peu surprenante.

Il insiste ensuite sur le fait que l'information n'est pas qu'une question de chiffre, c'est aussi une question de qualité. Il est vrai que la quantité de l'information est croissante mais c'est là que la question de la qualité est

essentielle. Dans ce flou d'informations, il faut tout faire pour préserver notre démocratie et garantir une qualité de l'information.

Il remarque également que M. Besencon n'a aucune expertise en matière de presse et qu'il a fait du droit, de la communication et du marketing. On comprend donc mieux son discours sur la communication. Il insiste sur le fait que les propos qu'il a tenus ne sont pas ceux d'un expert.

Il indique pour finir qu'il est assez décevant d'entendre, dans le discours des députés de droite, que l'audition la plus objective, à savoir celle des professeurs Amez-Droz et Badillo, n'a pas attiré leur attention alors que pourtant c'est celle qui a tiré la sonnette d'alarme en disant qu'il était nécessaire d'avoir une aide indirecte à la presse pour garantir la liberté et la qualité de l'information pour la démocratie.

Un commissaire PDC rappelle, par rapport à la garantie de la qualité de l'information et de l'exercice de la démocratie, qu'il y a une convention avec Léman Bleu pour la retransmission des débats du Grand Conseil. Il considère qu'on pourrait donc s'inspirer de ce qui a été fait dans ce sens là. Il termine en estimant qu'on n'a pas besoin d'un PL tel que celui qui est soumis à la commission.

Un commissaire UDC déclare que l'UDC ne va pas soutenir le PL 12307. Il remarque que l'intérêt de la presse est indéniable mais il explique que l'UDC pense qu'avec ce PL l'objectif ne serait pas atteint. Il remarque que le montant dont on parle se chiffre à 10 millions et qu'il serait éventuellement renouvelable. Il considère que cela n'atteindrait pas l'objectif recherché. Concernant les 2 motions, l'UDC pense qu'elles sont dépassées, il ne les soutiendra donc pas.

La présidente indique que le groupe EAG va soutenir les trois textes.

Le groupe EAG trouve en effet intéressant et à la fois inquiétant que l'évolution de la presse soit désignée comme inéluctable et qu'il y ait une nécessité pour les journalistes et les lecteurs des médias de s'adapter à ces évolutions. Elle rappelle que ce sont un certain nombre de décisions économiques qui ont finalement présidé à une grande partie de cette transformation. En effet, le déplacement des rentrées liées à la publicité et le fait d'avoir séparé la question de la gestion de la presse et des rentrées économiques liées à la publicité sont des décisions économiques. Ce sont donc ces décisions économiques qui ont malheureusement impacté la question des contenus défendus par les médias ainsi que le développement des médias gratuits. Elle remarque qu'aujourd'hui, on pose cela comme des vérités premières sans remonter à la logique qui a prévalu dans ces nouvelles orientations.

Elle indique ensuite qu'elle a été frappée d'entendre M. Besencon dire qu'il fallait cesser de soutenir les journalistes en disant que c'était le journalisme qu'il fallait défendre. Elle considère en effet que pour dispenser une information de qualité, libre et indépendante il faut des professionnels. Jusqu'à preuve du contraire, ces professionnels ce sont les journalistes.

Elle estime qu'on aurait intérêt à défendre cette corporation puisqu'aujourd'hui le phénomène selon lequel chacun se croit investi d'une mission visant à dispenser de l'information sans aucune compétence et sans vérification est alarmant. Cela crée des dégâts dans le domaine des médias.

Elle remarque que le PL 12307 a le tort de se concentrer sur les médias écrits mais elle considère qu'il serait possible de l'amender. Moyennant cela, elle explique que ce PL serait tout à fait acceptable du point de vue du groupe EAG. Elle considère qu'il est important de donner un signal clair dans le domaine des médias car il est nécessaire de défendre la presse, qui est un service public. Il y a une nécessité de concourir à une libre formation de l'opinion. Le groupe EAG va donc défendre le PL 12307.

Concernant la M 2411-B, elle explique que, pour le groupe EAG, il y a un signal politique à donner. Tamedia avait donné des assurances qu'elle n'a pas respectées. Il n'est donc pas inutile de rappeler à Tamedia qu'elle a des obligations à l'égard du public et du personnel.

A propos de la M 2444-A sur l'ATS, elle explique que pour l'EAG c'est un élément extrêmement important. Elle rappelle que certains disaient qu'il ne fallait pas s'arrêter à une localisation de la presse alors que d'autres ont prétendu au contraire qu'il fallait développer des pôles locaux et régionaux qui permettraient une meilleure connaissance du bassin politique, économique et social. Le groupe EAG soutiendra donc également cette motion.

Un commissaire PLR considère que MM. Amez-Droz et Badillo étaient un peu les représentants d'un système du passé. Il remarque que M. Badillo a surtout parlé de la France alors que ce n'est pas forcément pertinent à Genève.

Concernant la commission fiscale, il rappelle qu'il y a une pyramide fiscale à Genève. Il explique que, si les gros contribuables traversent la Versoix, notre pyramide fiscale va s'effondrer et que c'est la classe moyenne inférieure et supérieure qui payera les pots cassés. Cela n'a donc rien à voir avec la fiscalité des journalistes qui ne sont pas au top de la pyramide. Il termine en déclarant que ce qui est important c'est d'avoir une pyramide équilibrée.

Un commissaire PLR remarque qu'il y a un réel besoin de réforme du secteur des médias et de l'information.

En matière de refonte et de restructuration des secteurs, il rappelle qu'il y a des secteurs qui ont déjà fait ces changements. Il explique par exemple que

dans l'agriculture il y a eu toute la mécanisation. On voit aussi que dans le secteur primaire, on commence à avoir quelque chose de plus en plus pointu. Il explique que dans le secteur secondaire, avec l'apparition du numérique, il a aussi fallu se restructurer en matière de recherche et de développement. Il indique pour finir que cette marche s'applique aussi au secteur tertiaire notamment avec la comptabilité et les services qui sont partis à l'étranger. L'effort de restructuration et de réflexion sur les coûts de production est donc en marche depuis plus de 150 ans dans ces secteurs. Evidemment que le secteur des médias et de l'information est aussi en restructuration. On voit déjà par exemple que La Poste est passée de deux diffusions par jour à une seule.

Il considère qu'il faut aussi considérer cela d'un point de vue romand. Il rappelle qu'on a un bassin de population de 6 à 7 millions d'habitants sur l'ensemble de la Suisse avec 3 langues nationales et que la portée romande est faible. Il remarque qu'il y a toujours des grandes ambitions pour Genève et la Suisse romande mais il pense qu'il faut être plus humble au niveau genevois. Il rappelle que la région Rhône-Alpe est bien supérieure à la nôtre puisqu'ils ont un bassin de population qui est supérieur.

Il indique ensuite qu'il a trouvé intéressant ce qu'a dit M. Besencon, à savoir que le principe de la fondation faisait fausse route car il se limitait à l'écrit alors que l'audiovisuel et l'audio étaient capitaux. Il considère que le fait de pouvoir lire les articles de manière numérique c'est bien mais il rappelle qu'il est aussi possible de les écouter. Il explique par exemple qu'il y a des personnes âgées et des personnes en situation de handicap qui ont du mal ou qui ne peuvent pas lire et qui écoutent les informations. Il souligne le fait que l'audio et l'audiovisuel permettent en Suisse d'avoir des informations sans les lire. Il considère donc que, le fait de focaliser le journalisme sur la presse écrite, c'est faire fausse route. Il explique que c'est pour cela qu'il a de la peine à soutenir ce PL.

Il indique pour finir que l'autre problématique réside dans la qualité du journalisme d'investigation qui est réservé à une certaine élite. Il remarque que, dès qu'on commence à traiter des articles de fond, ce n'est pas dans des publications journalières qu'un travail de réflexion est possible. Il considère que l'information dont on a besoin tous les jours peut être diffusée mais que ce n'est pas la bonne solution. Par ailleurs, en termes de liberté et d'indépendance de la presse, il ne voit pas pourquoi on donnerait de l'argent à Tamedia pour faire du journalisme. Il rappelle que c'est une entreprise dont le but est de gagner de l'argent et qu'ils sont dans un système de profits. Il considère qu'on ne peut donc pas subventionner Tamedia pour l'indépendance de la presse écrite.

Un commissaire Ve précise que l'idée de sa proposition de motion est d'en faire une motion de commission. Il explique que la motion propose une prestation ciblée par le biais d'un financement par contrat de prestations. Il précise que, si la motion parle de presse écrite, cela ne veut pour autant pas dire que cette information locale produite de façon écrite ne pourra pas être utilisée de manière audio visuelle. Il termine en déclarant que l'esprit de la motion est d'avoir un outil rapide à mettre en œuvre, peu coûteux et ciblé.

Un commissaire PDC déclare être content de la proposition. Il remarque que, dans ce dossier, plus on auditionne et moins on y voit clair. Selon les uns on entend ce qu'on a envie d'entendre et c'est compliqué. Une chose est cependant sûre c'est qu'on se bat contre des vents contraires difficiles. Il considère que le fait de ne rien faire est dommageable à terme mais que de brasser des millions et ne rien obtenir ce n'est pas forcément la solution non plus. Il précise que, le fait que le PDC soit opposé aux 3 objets, n'implique pas qu'il ne désire rien faire.

Un commissaire S déclare être frappé par le fait que certains partis n'ont pas vraiment compris, ou ne veulent pas comprendre, que la presse est quelque chose de spécifique qu'on ne peut pas traiter comme n'importe quelle question économique. Il s'agit quand même de reconnaître, et cela a été le cas à plusieurs reprises dans les auditions, que la presse est une condition sine qua non pour la libre formation de l'opinion dans une démocratie. Il y a donc un apport indispensable à la collectivité. Il ne s'agit pas seulement d'une relation entre fournisseurs de prestation et clients mais il s'agit aussi d'un apport de la presse à l'ensemble de la collectivité et à notre démocratie.

Il indique ensuite qu'il ne comprend pas très bien le raisonnement d'un des commissaires PLR qui a déclaré à plusieurs reprises que le PL 12307 était une lex Courier. Il considère en effet que c'est le contraire de son raisonnement qui est vrai. Actuellement ce dispositif n'existe pas mais Le Courier survit et il est un peu le dernier journal de presse écrite quotidien dans notre canton qui a un ancrage local. Il remarque que, si celui-ci était vraiment attaché à la diversité de la presse, alors il soutiendrait ce PL, ou au moins son entrée en matière, pour qu'il y ait d'autres publications qui puissent voir le jour. C'est cela l'enjeu réel dont on est en train de discuter. Par ailleurs, il propose aux députés qui trouvent les critères trop étroits de proposer des amendements.

Il déclare ensuite que le lieu de production est important. On ne peut pas produire de l'information sans rencontrer les acteurs locaux. Si on suit le raisonnement de certains, bientôt on va produire des journaux suisses en France ou à l'autre bout du monde ce qui ne fait aucun sens.

Il remarque également qu'il a dit que Genève devait être humble. Il indique que cela lui a un peu rappelé les discours défaitistes quand l'aéroport de Genève a été dépouillé de la plupart de ses destinations long-courrier. Il déclare faire partie de ceux et celles qui pensent que Genève peut avoir de l'ambition en matière de médias. Il considère qu'à Genève, on doit pouvoir avoir une pluralité de médias et pas se résoudre seulement à des resucées de dépêches ATS qui sont remises de la même manière dans chaque journal du même groupe monopolistique.

Finalement, s'agissant de la question de voir les choses de manière globale, il explique qu'avec l'avènement de l'électronique même des personnes qui sont aveugles, malvoyantes ou qui ont des difficultés à lire peuvent aussi avoir accès à des médias écrits. Il estime qu'on ne peut plus considérer chaque élément pris isolément. Il faut voir les choses de manière globale.

Par ailleurs, il rappelle que pour produire du contenu qui est accessible, on ne peut pas seulement se fier aux règles économiques. Pour produire du contenu qui soit compréhensible par des personnes sourdes en langue des signes par exemple, on ne peut pas se contenter des règles du marché car le marché est trop petit.

Il rappelle pour finir que, pour le financement de tout ce qui est audiovisuel, il y a une redevance qui permet de garantir des mesures d'accessibilité en faveur de certains et qu'il s'agit d'un financement public. C'est pourquoi on devrait aussi songer à un financement public pour les médias écrits.

Une commissaire Ve remarque que les auditionnés ont fait part d'un déséquilibre des forces en présence. M. Badillo a en effet mis en évidence le déséquilibre entre la puissance des GAFA et les médias locaux. M. Besencon est arrivé à la même conclusion en disant que l'intérêt de Tamedia n'était pas de produire de l'information en premier lieu et en indiquant que le journalisme ne pouvait plus être financé par le journalisme. Elle considère donc qu'une aide à la presse semble nécessaire mais plutôt par le biais d'un contrat de prestations comme le propose l'un de ses collègues.

Elle déclare ensuite ne pas très bien comprendre l'affirmation selon laquelle l'écrit ne correspondrait pas à la nouvelle génération. Quand on regarde les médias sociaux, c'est quand même de l'écrit qu'on voit. Elle ne comprend pas qu'on puisse dire qu'il ne faille pas soutenir l'écrit car il serait vieux jeu. Dans tous les cas la source est bien écrite.

Elle termine en rappelant ce qu'a dit M. Badillo sur la sensibilisation des jeunes qui pourrait être amenée en facilitant l'accès à des articles grâce à des prix réduits. Elle considère que cette mesure est intéressante et qu'il ne faudrait pas la laisser tomber.

Un commissaire S remarque qu'il existe un PL pour créer une fondation et que plusieurs PL ont été posés en réaction à chaque fois à des décisions, que ce soit par rapport à La Tribune, à L'Hebdo ou à l'ATS.

Il explique que pour les socialistes, il est important de pouvoir réfléchir en amont à la manière de soutenir les médias, notamment les médias écrits, afin de ne pas avoir à déposer des projets en réaction au funeste avenir des médias qui ont disparu.

Il rappelle les différents titres romands qui ont disparu ces 20 dernières années. Il s'agit du *Matin*, de *L'Express*, de *L'Hebdo*, du *Matin bleu*, de *La presse Riviera-Chablais*, de *Dimanche.ch*, de *La Gazette de Lausanne*, du journal de Genève, de *La Suisse*, du *Démocrate* et du *Jura bernois*. Il considère que c'est énorme d'avoir autant de titres qui ont disparu de la scène romande. Genève vit aujourd'hui une hémorragie médiatique.

Il remarque ensuite que l'autre problématique générale au niveau international, c'est le fait que les médias et la presse souffrent. Il explique que cela est notamment dû à la « Googlelisation » et à la « Facebookisation » de l'information. Il rappelle qu'il y a énormément de recettes publicitaires qui sont parties vers les réseaux sociaux et qui arrivent du coup de moins en moins vers la presse et les médias traditionnels.

Pour finir, il remarque qu'entre 2005 et aujourd'hui on a assisté à la création d'un oligopole au niveau des médias en Suisse romande avec 81% des parts qui sont détenues par 4 grands groupes de presse. Il estime que c'est très inquiétant puisque si toutes les décisions sont prises à Zurich, pour le cas de Tamedia par exemple, cela aura des dommages collatéraux très importants pour la presse en Suisse romande et pour la presse genevoise.

Il indique, en conclusion, qu'il entend de la part des autres députés que le PL 12307 n'est pas une bonne solution, qu'il n'est pas parfait et qu'il parle seulement des médias écrits alors qu'il faudrait aussi parler des médias audiovisuels. Il rappelle que si on entre en matière, il sera possible de discuter de cela. Il termine en déclarant qu'il est important de pouvoir prendre des décisions politiques pour soutenir la presse et la sauver.

Un commissaire UDC indique que l'intérêt général n'est pas contesté par l'UDC. Les difficultés et les changements qu'a subit le secteur est un fait reconnu mais l'UDC estime que la fondation n'est pas une bonne solution. Il considère qu'il faut aussi que le secteur s'adapte au marché et au nouvel environnement. Il rappelle pour finir que les bonnes intentions n'ont pas toujours amené à un bon résultat.

Vote du PL 12307**1^{er} débat :**

La présidente met aux voix l'entrée en matière du PL 12307 :

Oui : 5 (1 EAG, 3 S, 1 Ve)

Non : 9 (2 PDC, 4 PLR, 1 UDC, 2 MCG)

Abstentions : 1 (1 Ve)

L'entrée en matière est refusée.

Décision pour le rapport :

Catégorie de débat II, 60 minutes

Vote de la M 2411-B

La présidente passe au vote de la M 2411-B :

Oui : 5 (1 EAG, 3 S, 1 Ve)

Non : 9 (2 PDC, 4 PLR, 1 UDC, 2 MCG)

Abstentions : 1 (1 Ve)

La M 2411-B est refusée.

Vote de la M 2444-A

La présidente passe au vote de la M 2444-A :

Oui : 5 (1 EAG, 3 S, 1 Ve)

Non : 9 (2 PDC, 4 PLR, 1 UDC, 2 MCG)

Abstentions : 1 (1 Ve)

La M 2444-A est refusée.

Décisions pour le rapport de la M 2411-B et de la M 2444-A :

Catégorie de débat II 60 minutes

Un commissaire Ve demande que la présidente procède à un vote sur le principe d'une motion de commission visant à soutenir la présence de l'information citoyenne, locale et régionale dans la presse écrite par le biais d'un contrat de prestations.

La présidente demande au commissaire Ve si l'idée est de faire une motion de commission.

Le commissaire Ve répond que l'espoir est de faire une motion de commission sur le financement de l'information citoyenne locale et régionale dans la presse écrite par un contrat de prestations entre l'Etat et les partenaires. Il explique que cette information citoyenne ce sont les activités de l'exécutif, du Grand Conseil, des Conseils municipaux, les débats politiques sur les sujets cantonaux et nationaux, les positions des partis politiques et c'est aussi expliquer les enjeux des décisions de l'Etat. Il considère que cette information mériterait d'être soutenue pour des questions de protection de la démocratie puisque l'érosion de la presse porte comme danger la disparition de cette information citoyenne. Il demande s'il y aurait une majorité sur cette proposition.

La présidente demande aux députés s'ils souhaitent débattre de cette question avant de procéder au vote.

Un commissaire PLR remarque qu'il serait intéressant de voir comment cette motion sera libellée.

Un autre commissaire PLR indique qu'il faudrait savoir de quoi on parle et quel serait le montant octroyé par organisme. Il rappelle que si le montant dépasse 200 000 F alors c'est soumis à la LIAF. Il déclare ne pas être certain que les organismes soient prêts à montrer patte blanche auprès de la commission sur leurs activités.

Le commissaire Ve répond que ce ne sera pas 200 000 F pour chaque entité subventionnée. Il rappelle qu'il y a des contrats de prestations pour moins de 200 000 F. Il insiste sur le fait qu'il s'agit de voter sur le principe d'un contrat de prestations. Il précise qu'il s'agit d'une invitation au Conseil d'Etat et qu'il ne s'agit donc pas de régler les modalités.

Un commissaire S indique que les socialistes soutiendront cette proposition. Il remarque qu'il y a d'abord eu la volonté de réagir aux différentes décisions prises par les groupes de presse via des motions ou des résolutions, qu'il y a ensuite eu un PL pour créer une fondation mais que tout cela a été refusé par une majorité de la commission. Maintenant il y a une autre proposition qui vise à passer par un contrat de prestations, le groupe socialiste soutiendra donc cette proposition.

La présidente indique que le groupe EAG soutiendra cette motion sous réserve de sa forme finale. Elle remarque qu'on parle à nouveau de la presse écrite. Elle propose donc de tenir compte des remarques qui ont été formulées et d'avoir quelque chose de plus large.

Le commissaire Ve répond qu'il s'agit de la presse écrite car l'audiovisuel est financé, pour l'information citoyenne, par l'OFCOM.

La présidente propose d'être le plus large possible.

Un commissaire PLR déclare qu'il craint qu'il y ait une multitude de subventions qui sortent du cadre de la LIAF. Il considère que c'est le meilleur moyen de perdre tout contrôle et de passer sous le radar de la LIAF. Il termine en déclarant être de toute manière perplexe sur une solution genevoise.

Un commissaire PDC mentionne le fait que le PDC soutiendra le principe de cette motion, sous réserve de tout ce qu'on y mettra. Il considère que le message politique est important et que le soutien aussi. Les moyens sur cette problématique sont tellement grands qu'il faut quand même bouger.

Un commissaire PLR précise qu'il est favorable à aller de l'avant sous réserve de ce qui sera mentionné dans le texte.

Le commissaire PLR indique, par rapport à la question financière, qu'il va falloir déterminer très clairement ce qui sera fait et où l'argent sera pris. Si on estime que c'est une priorité alors il va falloir trouver de l'argent ailleurs. Il remarque qu'il y a une partie du parlement qui fait tout pour ne pas diminuer les prestations. Comme cette prestation n'existe pas encore, il va falloir trouver les moyens de la financer.

Un commissaire S répond qu'il y aura des moyens.

La présidente demande qui serait prêt à entrer en matière sur la proposition définie par le commissaire VE, sous réserve de sa forme finale :

Oui : 11 (1 EAG, 3 S, 2 Ve, 2 PDC, 1 PLR, 2 MCG)

Non : 2 (2 PLR)

Abstentions : 2 (1 UDC, 1 PLR)

La proposition est acceptée.

Projet de loi (12307-A)

sur la Fondation genevoise pour la diversité des médias écrits

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 écrits 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 écrits

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

Art. 3 Principes

¹ La fondation, de droit privé, est organisée conformément aux articles 80 à 89 du code civil suisse, du 10 décembre 1907. Elle n'a pas de but lucratif et est déclarée d'utilité publique.

² La fondation est administrée pour une durée de 5 ans 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 appel public à manifester son intérêt.

³ Son siège est dans le canton de Genève.

⁴ Le Grand Conseil approuve ses statuts et leurs éventuelles modifications.

⁵ La fondation veille à une utilisation rationnelle et efficace des ressources mises à sa disposition, sous la haute surveillance du Conseil d'Etat.

⁶ 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 cantonale.

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 sans but lucratif qui poursuit pour seul but 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 sont indépendants de toute institution ou entité publique ou privée,
- c) ils ont, en principe, leur siège à Genève,
- d) ils respectent les conditions de travail en usage dans la branche,
- e) ils tirent une part de leurs recettes d'abonnements ou de ventes à l'unité à Genève,
- f) ils ne servent pas de manière prépondérante à des fins commerciales ou à la promotion de produits ou de prestations,
- g) ils comprennent une partie rédactionnelle représentant au moins 75% de l'ensemble de la publication.

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 de média, le lancement d'un nouveau média qui n'appartient pas à un éditeur préexistant et ne bénéficie pas de financement d'un média préexistant.

⁴ On entend par production de contenu rédactionnel, 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 contenus rédactionnels.

⁵ 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.

⁶ Le soutien financier en fonction de la production de contenu rédactionnel ne peut excéder 20% des charges liées à la part genevoise du lectorat, 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 F. 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.

Date de dépôt : 8 janvier 2019

RAPPORT DE LA MINORITÉ SUR LE PL 12307

Rapport de M. Romain de Sainte Marie

Mesdames et
Messieurs les députés,

De façon liminaire et en reprenant les éléments mentionnés par la première signataire du projet de loi 12307, M^{me} Caroline Marti, il n'est pas question de rappeler l'importance de la presse écrite pour la libre formation de l'opinion et pour la démocratie dans son ensemble. Elle explique néanmoins que, de cette constatation, on peut retirer le fait que l'information que la presse produit est un bien public. En ce sens, un rapport de la commission fédérale pour les médias (COFEM) nous indique que «... les contenus des médias se distinguent des produits et des services offerts dans les autres branches. La production de contenus ne vise pas seulement à établir un rapport d'échange entre un émetteur et un récepteur ; elle peut aussi avoir une importance – ou une conséquence – sociale immédiate (...). En informant de manière approfondie et détaillée, et en exprimant des opinions fondées, les médias enrichissent de leurs réflexions non seulement les destinataires immédiats, mais aussi leur environnement social ainsi qu'une partie de l'opinion publique. Dans une démocratie, les médias façonnent de manière décisive la pluralité des informations et des opinions et créent des biens d'intérêts publics ».

On se retrouve donc dans une situation avec une double nécessité. Il s'agit tout d'abord de préserver la diversité de l'information et donc la pluralité des médias. Et ensuite, de maintenir une couverture locale de l'information puisque l'ensemble des débats démocratiques ne se déroulent pas seulement au niveau national ou régional mais aussi au niveau local.

Elle rappelle que nous assistons aujourd'hui à une réduction du paysage médiatique avec la fermeture et la fusion de titres de presse. Il y a quelques années, nous avons vécu la fermeture du journal La Suisse ainsi que la fusion du Journal de Genève et du Nouveau Quotidien pour former Le Temps. Plus récemment, nous avons vécu la fermeture de L'Hebdo et la fermeture partielle de certaines rubriques de la rédaction de la Tribune de Genève et du 24 Heures.

Et finalement, depuis le dépôt de ce PL, nous avons vécu la suppression du *Matin Orange* dans sa version papier.

Elle explique que cette réduction du paysage médiatique et ces annonces de réduction et de fermeture de titres ont suscité de nombreuses réactions politiques. Ainsi, il a été soumis au Grand Conseil plusieurs objets parlementaires, notamment des résolutions pour condamner ces différentes décisions. Il y en a aussi eu dans d'autres cantons, notamment dans le canton de Vaud. Au niveau fédéral, ce processus a également suscité des réactions puisque le rapport de la COFEM a relevé une transformation et une concentration du paysage médiatique qui ont « entraîné diverses mesures d'économies qui se répercutent dorénavant sur les rédactions. Avec à la clé, des suppressions d'emplois, une dégradation des conditions de travail et une perte de qualité ».

Elle précise que les parlementaires fédéraux ne sont pas restés muets sur cette question puisque plusieurs objets parlementaires ont été soumis au parlement et au Conseil fédéral. Le Conseil fédéral, dans une réponse à un postulat du conseiller national Hans-Jürg FEHR, a d'ailleurs relevé que « vu les problèmes financiers et la diminution des ressources journalistiques des titres en abonnement, il faut se demander si les événements intérieurs et extérieurs importants pourront être suffisamment couverts à l'avenir ».

Elle explique qu'on se trouve dans une situation de prise de conscience de la problématique mais qu'il faut maintenant apporter des réponses concrètes. Elle explique que cette problématique est principalement liée au financement de la création de l'information et de la production de contenu. Aujourd'hui, on observe très clairement une diminution des recettes liées à la publicité ainsi que des problèmes qui ont trait à la numérisation des titres et à l'apparition des journaux gratuits.

A travers ce PL, elle explique qu'elle a essayé de mettre en lumière les différentes sources de financement dont peut bénéficier la production de contenu et d'information. Il s'agit du financement par le lectorat, par la publicité, par le mécénat et par une aide publique. Ces différentes sources de financement offrent certaines opportunités mais posent aussi certains écueils. Elle explique que le financement par le lectorat a passablement d'attraits car il permet aux médias de rester indépendant. On relève néanmoins des difficultés à monétariser les contenus qui sont mis en ligne. Selon la COFEM, « les innombrables offres internet non payantes et les journaux gratuits ont instauré une « culture du gratuit ». Les entreprises de médias ayant mis dans un premier temps des contenus à disposition gratuitement, il leur est difficile de revenir en arrière avec des offres en ligne payantes. Les nouvelles plateformes internet offrent certes des possibilités des diffusions étendues, mais elles accroissent

aussi la concurrence. Le public est peu conscient du rapport prix-prestations des produits journalistiques. L'émergence de l'internet et des journaux gratuits vient renforcer l'impression que les informations et les opinions peuvent être obtenues gratuitement et en abondance ».

Elle indique ensuite que le financement par le lectorat a un autre écueil. Etant donné que la majorité des contenus sont accessibles en ligne et que les plateformes et les sites internet des médias permettent de savoir en tout temps quels sont les articles et les types d'information qui emportent le plus de succès auprès du lectorat, il y a un risque que les médias se focalisent seulement sur les contenus les plus vendeurs en passant potentiellement à côté d'autres contenus qui pourraient être d'intérêt public.

Concernant le financement par la publicité, elle explique qu'on assiste à une chute drastique des recettes publicitaires pour les médias, et notamment la presse écrite, puisqu'il y a eu 40% de diminution des revenus liés à la publicité entre 2011 et 2016. On constate également que la publicité sur les sites internet des médias migre vers d'autres supports comme les réseaux sociaux, les plateformes de partage de vidéos et les moteurs de recherche. Ces plateformes permettent de transmettre l'information sans la produire. Ces supports ne subissent donc pas les coûts de production de l'information mais retirent les bénéfices liés à la publicité.

Concernant le financement par le mécénat, elle explique que certains médias se tournent vers des mécènes pour combler leur déficit de financement. Il y a donc une vraie problématique de l'indépendance des médias vis-à-vis de ces mécènes. Il ne faut pas oublier que les médias et les journaux écrits sont des objets d'influence et qu'il existe un réel risque de voir ces mécènes acquérir des titres de presse dans le but de servir leurs intérêts politiques ou économiques.

C'est au regard de ces différents écueils que les auteurs du PL en sont arrivés à la proposition d'un financement par aide étatique. Elle considère que cette proposition comprend certains écueils mais qu'il y a une réelle nécessité de maintenir une distance et une indépendance des médias vis-à-vis de l'Etat. Néanmoins, si on part du principe qu'une information de qualité et diversifiée est un bien public alors cela peut justifier l'intervention de l'Etat pour assurer son existence et le fait que ce type d'informations puissent perdurer.

Concernant la situation actuelle, elle explique que les aides publiques à la presse sont essentiellement indirectes. Au niveau fédéral, il s'agit d'une diminution du taux de TVA pour les médias et une aide à la diffusion par le biais de tarifs postaux préférentiels. Or, force est de constater que ces formules ne sont pas suffisantes vu la fermeture et la réduction des titres actuelles. C'est

d'ailleurs ce que reconnaît le Conseil fédéral dans sa réponse au postulat FEHR en disant que « l'analyse identifie des tendances potentiellement problématiques à moyen et long terme en ce qui concerne la diversité et la qualité des médias » mais il choisit de « miser sur la responsabilité des médias et les capacités d'autorégulation des médias ».

Cela signifie que le Conseil fédéral reconnaît le problème mais qu'il refuse d'y apporter une réponse alors que la commission fédérale pour les médias considère « qu'un changement fondamental (se produit) dans le domaine des médias, avec à la clé une crise de financement du journalisme d'information. Le défi doit être relevé non seulement par les entreprises de médias et l'ensemble de la branche mais aussi par les décideurs politiques ». C'est d'ailleurs dans ce même rapport que la COFEM évoque la possibilité de mettre en place une fondation.

La fondation, c'est justement l'objet de ce PL. Elle explique que l'idée est de créer une fondation qui aurait pour but de favoriser la diversité des médias écrits, qu'ils soient diffusés en ligne ou sous format papier. Cette fondation aurait deux buts principaux. Elle viserait tout d'abord à soutenir la création de nouveaux médias pour essayer d'élargir le paysage médiatique qui s'est restreint ces dernières années. Elle viserait ensuite à soutenir la production de contenu rédactionnel puisque les médias actuels ont de la peine à trouver les financements nécessaires.

Elle précise qu'il s'agirait d'une fondation de droit public, sans but lucratif et déclarée d'utilité publique. Le conseil d'administration serait administré de 1/3 de spécialistes du domaine des médias nommés par le Conseil d'Etat, de 1/3 de représentants de la profession nommés par les associations professionnelles et de 1/3 du lectorat. Elle explique que l'idée est d'effectuer un tirage au sort parmi les citoyens intéressés afin de représenter le lectorat.

Elle explique ensuite qu'ils ont dû mettre en place des critères pour que l'aide soit véritablement ciblée sur les types de médias qui en ont véritablement besoin et qui répondent à un besoin d'intérêt général. Tout d'abord, il devra s'agir de médias et de titres sans but lucratif. Etant donné qu'il s'agit d'une aide financière de l'Etat, il paraît peu approprié de soutenir des titres qui reversent des bonus à leurs actionnaires. Elle rappelle que le but de la fondation est de soutenir la production de contenu et d'information et pas d'enrichir les actionnaires de certains groupes de presse.

Il faudrait ensuite que ce soit des médias généralistes et qu'ils aient signé les règles déontologiques du journalisme. Ces titres devront par ailleurs être indépendants de toute entité privée ou publique.

Les médias devront avoir, en principe, leur siège à Genève. Elle rappelle que le but du PL est de soutenir une presse locale. Elle explique que, comme il y a une problématique de fusion de titres et de titres qui recourent une région géographique de plus en plus vaste, il y a un intérêt à maintenir une presse locale. Elle précise néanmoins que la locution « en principe » permettrait éventuellement à des médias qui sont dans la proche périphérie de Genève de pouvoir bénéficier de l'aide.

Les titres devront respecter les conditions de travail en usage dans la branche et devront par ailleurs tirer une partie de leurs recettes d'abonnements ou de ventes à l'unité à Genève. L'idée étant d'exclure les médias gratuits car ils créent une concurrence aux médias payants. L'objectif n'est pas de financer et de soutenir des catalogues de publicité. Pour finir, la part rédactionnelle devra comprendre au moins 75% de l'ensemble de la publication.

Elle indique ensuite qu'il y aura deux types de soutiens financiers ; une aide à la création de titres et à l'investissement et une aide à la production de contenu rédactionnel avec certains critères à respecter. Elle précise que l'aide à la création de titres ne doit pas dépasser 40% de la création puisque l'objectif n'est pas de créer des médias publics. Il en va de même de l'aide à la production qui doit représenter une aide de 20% des coûts de la production.

Concernant le fonctionnement financier de cette fondation, elle explique que la fondation sera dotée d'un capital de 10 000 000 F qui sera utilisé et géré par le conseil de fondation. Une fois ce capital écoulé, il y aura une possibilité, sur demande de la fondation, de le renouveler. Une subvention annuelle sera également accordée à la fondation pour qu'elle puisse fonctionner. Il s'agira d'une subvention destinée uniquement au fonctionnement de la fondation et pas une subvention destinée à être reversée aux titres de presse.

L'idée, afin de délimiter le public et les médias et de ne pas avoir d'interférence entre eux, serait de ne pas avoir une subvention directe de l'Etat vers différents médias mais de passer par la fondation. La fondation sera ensuite totalement autonome dans la manière de gérer les fonds et d'attribuer les différents types de subventions aux médias.

Audition du Professeur Patrick-Yves Badillo, Directeur de Medi@LAB-Genève / Université de Genève et Philippe Amez-Droz, chargé de cours à la Faculté des Sciences de la société

M. Badillo indique qu'il articule son exposé en trois parties ; tout d'abord les constats, ensuite les enjeux et pour finir les défis.

Concernant tout d'abord les constats, il explique qu'il a décidé d'intituler le premier point de ce chapitre « le cygne noir » car on a tendance à se dire que

la fin des médias n'existe pas mais quand cela arrivera on se dira que c'était prévisible et même totalement prévu. Pour l'instant, il remarque qu'on refuse d'y voir venir.

Il explique néanmoins qu'on va assister à la fin de la presse si rien n'est fait car on a des forces technologiques d'une nouvelle dimension qui se sont créées. On a une accélération des technologies d'information et des applications qui se développent sans cesse. Il montre des photos des serveurs google qui s'étendent sur des dizaines de mètres carrés et qui doivent être refroidis avec des tuyaux de refroidissement. Il explique que derrière cela, il y a des capacités technologiques absolument considérables.

Il indique par ailleurs que l'aspect économique est aussi très impressionnant. On peut effectivement remarquer qu'il existe une capitalisation boursière en progression exponentielle qui est d'une autre dimension. On peut par exemple observer, sur le graphique p. 6, que Roche et Nestlé, qui sont des géants mondiaux, ont une capitalisation boursière de 2000-2500 milliards de dollars alors qu'Apple est à 1000 milliards de dollars. C'est donc un autre ordre de grandeur auquel on est confronté.

Il explique qu'il y a une véritable destruction de la presse par ces acteurs surpuissants. On parle d'ailleurs de googlization des médias, c'est-à-dire que la production d'information n'est plus un objectif pour les acteurs. Nous sommes dans un nouvel âge des médias avec des plates-formes, des mobiles, de l'algorithmique et du big data. Il rappelle que, dans l'ancien système, un journal était un endroit où on cherchait à définir un concept éditorial pour atteindre une audience. Les lecteurs payaient, on avait des recettes publicitaires et les journaux se développaient en contrôlant le marché. Ce qui change avec la googlization c'est qu'il y a de moins en moins de recettes publicitaires et qu'il n'y a plus de lecteurs. La presse est donc dans une impasse considérable, elle est clairement étranglée.

Concernant la googlization, il mentionne le fait que l'objectif vital devient l'obtention de trafic sur le numérique. Il explique que, le point de départ, ce sont les data car il faut du trafic. Grâce à ces trafics on obtient ensuite des recettes publicitaires et des services associés. Il précise que le paiement direct des lecteurs est une source marginale. Au final, tout cela fait que la logique éditoriale s'efface au profit du contrôle des data et du trafic. En d'autres termes, cette logique a fait effacer la logique éditoriale, on n'est plus là pour produire de l'information mais on est là pour produire des data et du trafic.

Il continue son exposé en expliquant que ce nouvel âge des médias concerne aussi bien la presse que la télévision. Cela signifie que la télévision est aussi menacée, même si elle paraît opulente. A terme, elle va donc se

retrouver dans le même étau que la presse, avec les mêmes acteurs surpuissants qui vont débouler sur le marché publicitaire et qui vont la concurrencer.

Il donne ensuite quelques chiffres sur le déclin très violent de la presse. On peut par exemple remarquer, sur le graphique p. 9, qui illustre les revenus des journaux américains, qu'à partir des années 2000, les recettes publicitaires des journaux américains (courbe grenat) sont passées de 50 milliards de dollars à moins de 20 milliards de dollars. Concernant les recettes qui proviennent des ventes de journaux (courbe jaune), on peut remarquer qu'elles se sont stabilisées à un niveau élevé. Il précise cependant que la somme des deux courbes est très faible ce qui a des conséquences en termes de destruction d'emplois. Il explique qu'en France, on est par exemple passé de 70 000 journalistes en 2004 à moins de 40 000 journalistes en 2016-2017 (graphique 1 p. 10). Pour la Suisse, c'est le même schéma puisqu'on a vécu une baisse du nombre de titres et une disparition drastique des journaux ces 20 dernières années. Il explique que si on continue comme cela, en 2022 il n'y a aura plus de recettes publicitaires (graphique p. 12).

Il indique par ailleurs, qu'il y a trois ans, ils avaient fait des prévisions mais qu'ils n'avaient pas été assez pessimistes. Il explique qu'aujourd'hui, les recettes publicitaires nettes de la presse en Suisse sont passées de 2.4 milliards en 2008 à 1.1 milliard en 2017 et les recettes de la télévision de 0.6 milliard à 0.8. La télévision défend donc tant bien que mal ses parts de marché. Concernant les recettes publicitaires en ligne, il indique qu'elles se chiffraient à 2.1 milliards en 2017. On voit donc clairement que le marché est passé des acteurs suisses aux grands acteurs mondiaux du numérique et qu'on assiste aujourd'hui à une destruction d'emplois car on n'a plus de production d'information.

Concernant ensuite les enjeux, il remarque qu'il existe une défaillance de marché qui est préoccupante pour la démocratie. Cette défaillance est due à la concentration du marché. On se rend compte que les grands acteurs suisses absorbent les plus petits. Ainsi, la pluralité et la diversité diminuent. On peut d'ailleurs remarquer, sur le graphique p. 14, que les 4 premiers groupes suisses avaient 54% des parts de marché en 2005 et qu'ils en ont maintenant 81%.

Il explique ensuite qu'ils ont fait des calculs de concentration, pour être un peu plus rigoureux d'un point de vue scientifique, et qu'ils se sont rendus compte qu'en 2005, on avait un indicateur de concentration qui était dans une zone confortable, c'est-à-dire qu'il y avait suffisamment de concurrence, alors qu'aujourd'hui on s'approche dangereusement de la zone rouge, la concentration devient forte et la situation est préoccupante.

Finalement, un autre point qui montre une concentration du marché c'est le « contrôle » de la diffusion d'informations par les GAFAs. Il explique que Facebook contrôle 86% du trafic qui entre vers le journal Le Temps et que les moteurs de recherche contrôlent 99% du trafic qui va sur ce journal. Pour la Tribune de Genève, on a à-peu-près les mêmes chiffres puisque 95% du trafic entrant vient de Facebook et 98% de Google.

Derrière tout cela, il mentionne le fait qu'on peut observer des fractures, des clivages et de la « désinformation ». Concernant les fractures, il explique que les jeunes n'ont que 24% de confiance dans les médias. Concernant ensuite la « désinformation », il explique qu'il s'agit d'un phénomène de défaut d'information. Il remarque qu'on parle beaucoup des fake news mais qu'en réalité il y a encore pire ; la mauvaise information qui circule. Il indique en outre qu'il a été établi qu'on avait des pseudo-connaissances qui se faisaient sur la base d'informations vraies. Le système est donc en train de s'alimenter et de se développer sans qu'on ne puisse contrôler grand-chose.

Tous ces éléments font qu'on a un gap croissant entre les besoins et la production d'information. Il explique qu'on peut remarquer, sur le graphique p. 19, que la dynamique de production d'information est décroissante car il y a de moins en moins de journalistes mais qu'en parallèle on a un besoin d'information. Forcément l'écart entre les deux s'accroît puisque l'information circule en boucle, qu'elle circule en fake news et en désinformation. La part d'une information de qualité est donc décroissante.

Il explique qu'il y a actuellement une défaillance de marché car le marché n'est plus en mesure de procurer une information suffisante. Il indique par ailleurs que l'information de presse est un quasi bien public car on a de l'information en ligne qui est accessible à tout le monde, qui est gratuite et sans rivalité c'est-à-dire que si on consomme de l'information en ligne on ne prive pas quelqu'un de cette consommation. Il termine en déclarant qu'il est d'intérêt général d'avoir des débats démocratiques animés par une presse libre, indépendante et suffisamment diverse et plurielle. Il explique que l'idée de quasi bien public a été introduite pour souligner le fait que le marché doit continuer d'exister avec des groupes privés totalement indépendants.

Concernant finalement les défis, il commence par indiquer qu'il est clair que la presse est absolument importante pour la démocratie. Néanmoins, si on regarde les aides à la presse en Suisse, on peut remarquer que la Confédération prévoit une subvention annuelle de 30 millions pour la presse régionale et locale. Si on fait une comparaison avec la France, compte tenu de l'écart de PIB entre les deux pays, les aides suisses devraient presque être multipliées par 10 pour être équivalentes à celles de la France.

A partir de ces constats, il propose d'identifier différentes innovations frugales. Il indique tout d'abord que la Suisse n'a pas les moyens d'avoir des innovations technologiques car elles sont très coûteuses et que les GAFAs ont des capacités inégalables d'un point de vue technologique. Il propose donc d'oublier cette possibilité. Il précise que la notion d'innovation frugale a été proposée par des indiens et qu'elle consiste à répondre à un besoin de la manière la plus simple et la plus efficace possible en utilisant un minimum de moyens. Il s'agit donc d'innover mieux avec moins de moyens.

Il propose de retenir deux pistes de solution. La première solution consisterait à mettre au point un mécanisme d'aide indirecte et efficace en préservant l'indépendance éditoriale et la liberté des médias. Il explique qu'il a décidé de présenter cette solution car il a remarqué que les journalistes et les patrons ne voulaient absolument pas d'aide directe. Il précise que leur position est respectable car l'aide directe pourrait « corrompre » le fonctionnement normal des médias qui veulent être indépendants. Il indique par ailleurs qu'on peut considérer que cette innovation est frugale car il n'est pas impossible, ni difficile, ni compliqué de créer un mécanisme qui permettrait un financement des médias via une fondation ou un autre acteur garant de l'indépendance et devant rendre compte.

Il précise par ailleurs qu'il est en total désaccord avec les fausses solutions telles que « tous journalistes », les fonds Google et « Fakebook ». Il rappelle que si on veut de l'information de qualité il faut la payer. Toutes ces solutions ne sont donc pas bonnes. Il indique ensuite que Facebook a récemment lancé l'idée de mettre en place un algorithme pour trier les fake news. Il souligne le fait que cela n'est qu'un élément pour que ces acteurs puissent continuer de vivre de ce système qui est extrêmement rentable pour eux.

Il indique ensuite que les solutions d'innovations frugales qu'il propose représenteraient des sommes faibles et qu'elles pourraient répondre à des objectifs d'éducation aux médias. Ainsi, une infime fraction du budget formation pourrait permettre de faire des choses considérables. De plus, ces solutions pourraient s'appuyer sur des rédacteurs en chef de qualité qui sont sur le marché et qui pourraient réfléchir à ce qu'il faudrait faire.

Ensuite, la deuxième piste consisterait à faciliter les usages et la consommation des jeunes via des applis et des lectures « papier ». L'idée serait donc de donner aux jeunes un budget média de presse écrite et en ligne pour qu'ils se réhabituent à consommer de la presse papier mais aussi des applis en ligne. Il remarque que la jeunesse est en train de sortir d'une logique de lecture et d'information. Il explique que l'idée serait de leur permettre d'acheter un magazine avec une sorte de budget ou de consommer via une appli de la presse en ligne payante. On pourrait par ailleurs offrir aux médias le développement

de l'appli pour assurer des micropaiements sécurisés. Au final, l'idée serait de favoriser une consommation payante mais financée et gratuite pour les jeunes jusqu'à un certain niveau afin de leur mettre le pied à l'étrier. L'enjeu pour les médias qui seraient aidés, ce serait de fabriquer du contenu qui intéresserait les jeunes. Ce ne serait donc pas un système de financement et de subvention directe.

En conclusion, il explique que si rien n'est fait, la concurrence de Google et Facebook va faire disparaître la presse d'information. **L'information est un bien quasi public qui doit être financé. L'éducation aux médias devrait d'ailleurs être un moyen de le financer. Les dépenses de plusieurs centaines de milliers de francs permettraient déjà des réalisations significatives. Par exemple, on pourrait garantir la presse d'information grâce à un plan de 3 à 5 années renouvelable en considérant que c'est une phase de transition.**

C'est pourquoi, au vu de cet exposé objectif, la minorité de la commission vous invite, Mesdames et Messieurs les députés, à accepter ce projet de loi



L'information, un quasi bien public? constats, enjeux et premières propositions autour d'innovations frugales pour la presse

Patrick-Yves Badillo, Prof., Directeur de Medi@LAB-Genève,
Université de Genève

Audition du 1^{er} octobre 2018

une vision influencée par différentes expériences

approche des technologies :

responsable de recherche au sein de France Telecom, travaux sur le câble, le satellite, les réseaux en fibre optique;

études réalisées pour le fondateur du Minitel et DG de France Telecom puis Secrétaire d'Etat au sein du gouvernement français

Responsable de projet en STIC, ANR

médias et journalisme

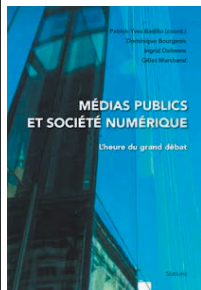
Directeur de l'Ecole de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille durant 11 années (1997-2008) avec entre autres Patrice Duhamel, alors DG de France Télévision comme président du conseil d'administration

Président de l'association euro-méditerranéenne des Ecoles de Journalisme issue d'une task Force créée par la Commission Européenne qui a présenté ses conclusions au sommet européen des chefs d'Etats à Lisbonne

une vision influencée par différentes expériences

aujourd'hui Medi@LAB

Responsable du Master Journalisme et communication et
du DAS Communication digitale



concentration des médias : responsable européen d'une
étude de portée mondiale sur la concentration des médias
avec Columbia University

Travaux sur **l'innovation** FNS

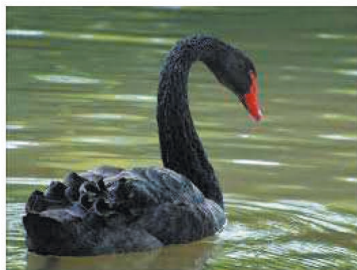
ouvrage Médias publics et société numérique avec l'actuel
DG de la SSR et l'ancienne DG de l'UER

1. Les constats
2. Les enjeux
3. Les défis

Plan

LES CONSTATS : L'IMPREVISIBLE FIN DE LA PRESSE EN PASSE DE DEVENIR UNE REALITÉ

- a) le cygne noir
- b) des forces technologiques d'une nouvelle dimension
- c) une destruction non créatrice pour la presse : la googlization; la production d'information n'est plus un objectif majeur
- d) un déclin violent



Selon Nicholas Taleb, un cygne noir est un événement rare, ayant un impact extrêmement fort et « une prévisibilité rétrospective (mais pas prospective) ». Nous serions frappés de cécité face aux événements qui se démarquent de nos attentes.

Plan

LES CONSTATS : L'IMPREVISIBLE FIN DE LA PRESSE EN PASSE DE DEVENIR UNE REALITÉ

- a) le cygne noir
- b) des forces technologiques d'une nouvelle dimension
- c) une destruction non créatrice pour la presse : la googlization; la production d'information n'est plus un objectif majeur
- d) un déclin violent

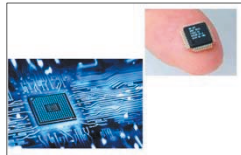
La Googlization des médias* est un phénomène technologique

d'abord lié au tsunami numérique



provoqué par une évolution incessante accélérant les capacités de calcul et de collectes d'information et de data

(loi de Moore)

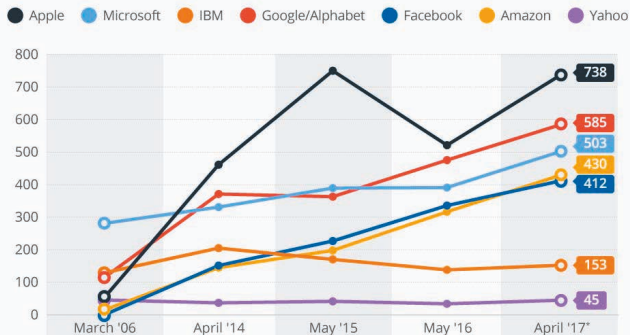


*Source Badillo, Bourgeois (2015)

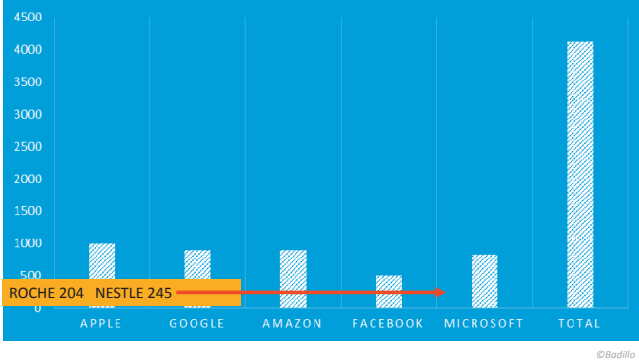
S'appuyant sur des capacités technologiques considérables



La Googolization des médias traduit une puissance économique d'un nouvel ordre



Une capitalisation boursière en progression exponentielle et d'une autre dimension (chiffres 2018)



Plan

LES CONSTATS : L'IMPREVISIBLE FIN DE LA PRESSE EN PASSE DE DEVENIR UNE REALITÉ

- le cygne noir
- des forces technologiques d'une nouvelle dimension
- une destruction non créatrice pour la presse : la googlization; la production d'information n'est plus un objectif majeur
- un déclin violent

L'idée de Googlization des médias c'est surtout un nouvel âge des médias introduisant une nouvelle logique éditoriale

Le nouvel âge des médias

Plates-formes
Mobile
Algorithmique
Big data

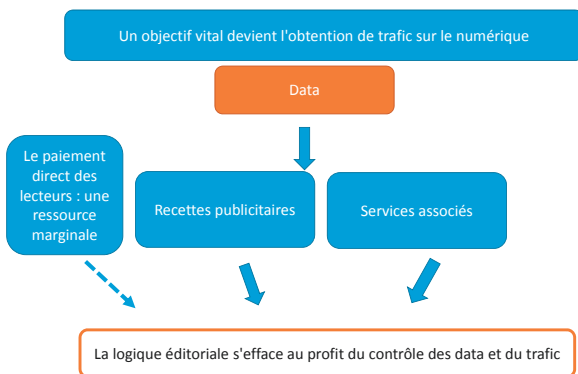


La destruction du modèle traditionnel, notamment de la presse



©Bodillo

La Googlization



La production d'informations n'est plus au cœur du modèle

La collecte de données est devenue majeure

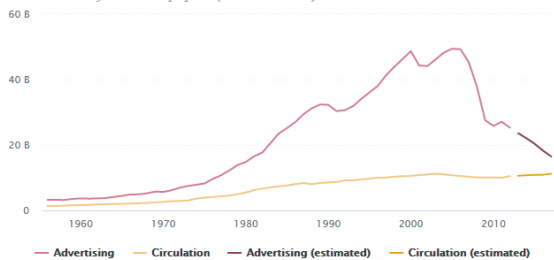
Le nouvel âge concerne non seulement la presse, mais aussi la télévision

Plan

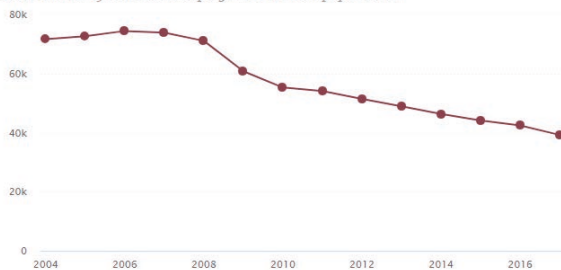
LES CONSTATS : L'IMPREVISIBLE FIN DE LA PRESSE EN PASSE DE DEVENIR UNE REALITÉ

- a) le cygne noir
- b) des forces technologiques d'une nouvelle dimension
- c) une destruction non créatrice pour la presse : la googlization; la production d'information n'est plus un objectif majeur
- d) un déclin violent

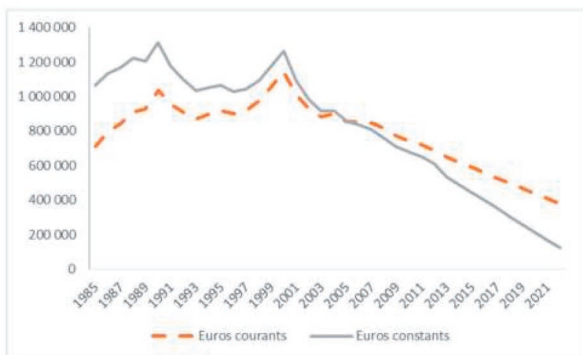
Total revenue of U.S. newspapers (in U.S. dollars)



Total number of newsroom employees in the newspaper sector



Destruction: revenus de la presse d'information France 1985-2021



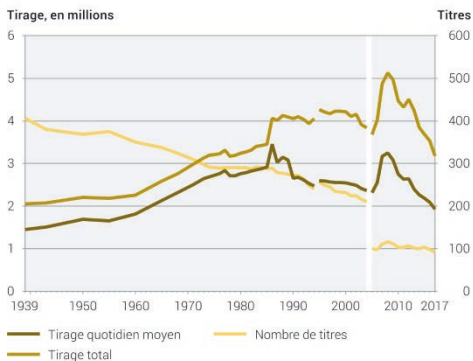
Source : calculs de l'auteur (les données en euros courants proviennent du Ministère de la culture et de la communication)

©Badillo

Pour la Suisse

Médias imprimés

Journaux: nombre de titres et de tirages



dès 2005 avec les journaux gratuits

Source: Association des médias suisses, REMP

© OFS 2018



Titres romands disparus ces vingt dernières années

- **Le Matin** (VD, disparition 2018)
- **L'Express** / Feuille d'Avis de Neuchâtel (NE, fusion avec L'Impartial 2018)
- **L'Hebdo** (VD, hebdomadaire, 2017)
- **Le Matin Bleu** (VD, gratuit, disparition 2009)
- **La Presse Riviera Chablais** (VD, disparition 2005)
- **La Presse Nord Vaudois** (VD, disparition 2005)
- **Dimanche.ch** (VD, dominical, disparition 2003)
- **Gazette de Lausanne** (VD, fusion avec Journal de Genève 1991)
- **Journal de Genève** (GE, fusion avec Le Nouveau Quotidien 1998)
- **La Suisse** (GE, disparition 1994)
- **Le Démocrate** (JU, fusion avec Le Pays 1993)
- **Le Jura Bernois** (BE, disparition 1992)



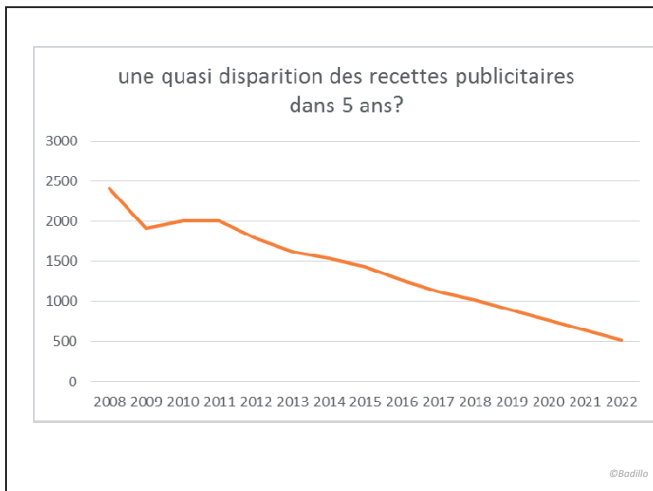


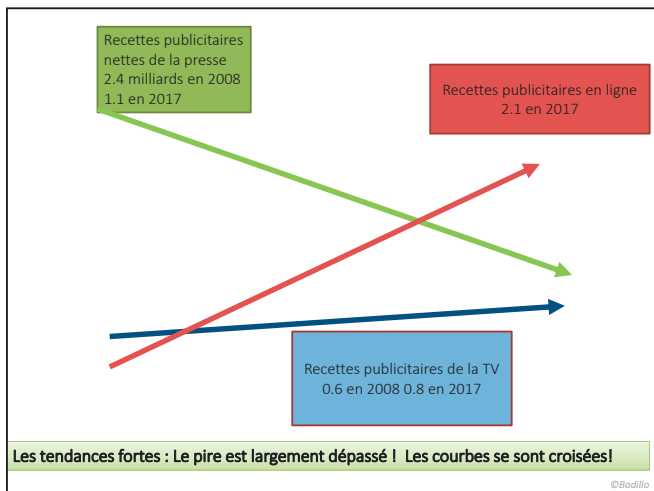



Source Dr. Philippe Amez-Droz



23





Plan

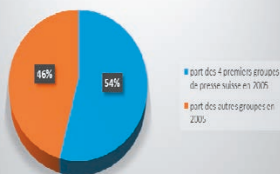
1. Les constats
2. Enjeux : une défaillance de marché préoccupante pour la démocratie?
 - a) La concentration du marché
croissance de la concentration
contrôle des flux d'information
 - b) Fractures, clivages et "misinformation"
 - c) Défaillance de marché : l'information de presse, un quasi bien public
3. Les défis : premières propositions

Le corollaire de la googlization : la concentration

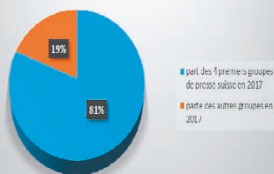
Concentration dans la presse quotidienne suisse

Entre 2005 et aujourd'hui la concentration s'est fortement accrue dans **la presse quotidienne suisse**

Les 4 premiers groupes de presse suisse et les autres en 2005



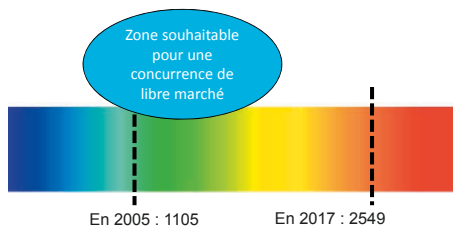
Les 4 premiers groupes de presse suisse et les autres en 2017



Parts de marché selon le tirage, calcul et illustration de l'auteur

©Badilla

Nos calculs de concentration,
définis selon les normes et méthodologie de la FCC



Méthodologie avec Columbia University, Badillo et Bourgeois (2016) Oxford University Press

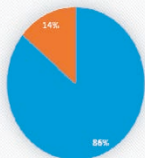
©Badillo

Plan

1. Les constats
2. Enjeux : une défaillance de marché préoccupante pour la démocratie?
 - a) La concentration du marché
croissance de la concentration
contrôle des flux d'information
 - b) Fractures, clivages et "misinformation"
 - c) Défaillance de marché : l'information de presse, un quasi bien public
3. Les défis : premières propositions

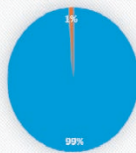
Une diffusion d'informations "contrôlée*" par les GAFA

Le Temps : source du trafic parmi les réseaux sociaux



■ Facebook ■ autres réseaux sociaux

Le Temps : source de trafic parmi les moteurs de recherche



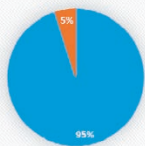
■ Google et Google news ■ autres moteurs de recherche

* Il s'agit non pas du contrôle du contenu de l'information elle-même qui est toujours du ressort des journalistes mais des flux de trafic entrant vers *Le Temps* via les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche

Journalist

Une diffusion d'informations "contrôlée*" par les GAFA

TdG : source de trafic parmi les réseaux sociaux



■ Facebook ■ autres réseaux sociaux

TdG : Source de trafic parmi les moteurs de recherche



■ Google et Google news ■ autres moteurs de recherche

* Il s'agit non pas du contrôle du contenu de l'information elle-même qui est toujours du ressort des journalistes mais des flux de trafic entrant vers la TdG via les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche

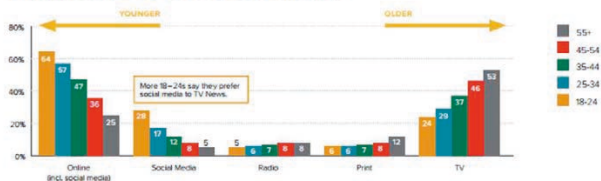
Journalist

Plan

1. Les constats
2. Enjeux : une défaillance de marché préoccupante pour la démocratie?
 - a) La concentration du marché
 - b) Fractures, clivages et "misinformation"
 - c) Défaillance de marché : l'information de presse, un quasi bien public
3. Les défis : premières propositions

De nouvelles fractures

MAIN NEWS SOURCES SPLIT BY AGE (ALL 26 COUNTRIES)



Q4. You say you've used these sources of news in the last week. In the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: All 18-24s/25-34s/35-44s/45-54s/55+ who have used a news source in the last week: 28 countries + 5/298/518/279/886/93/837/827.

Source Reuters

La perte de confiance



Source enquête RTS/Medi@LAB

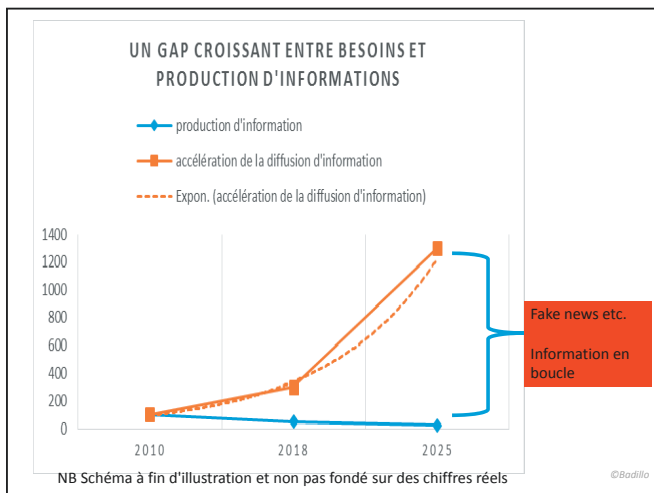
Misinformation has found a new natural habitat in the digital age. Thousands of forums, blogs, and alternative news sources amplify fake news and inaccurate information to such a degree that it impacts our collective intelligence. *

In a recent Pew Report (Anderson & Rainie, 2017), roughly half of the 1,116 experts surveyed voiced pessimistic responses to the following question:

"In the next 10 years, will trusted methods emerge to block false narratives and allow the most accurate information to prevail in the overall information ecosystem? Or will the quality and veracity of information online deteriorate due to the spread of unreliable, sometimes even dangerous, socially destabilizing ideas?"

Pire : des pseudo connaissances sur la base d'informations vraies !

**Joshua Introne , Irem Gokce Yildirim, Luca Iandoli ,Julia DeCook, and Shaima Elzeini (2018)*



Plan

1. Les constats
2. Enjeux : une défaillance de marché préoccupante pour la démocratie?
 - a) La concentration du marché
 - b) Fractures, clivages et "misinformation"
 - c) Défaillance de marché : l'information de presse, un quasi bien public
3. Les défis : premières propositions

Il nous paraît que l'information de presse est un quasi bien public

- car il y a défaillance du marché : Il y a défaillance de marché si le marché n'est plus en mesure de procurer une information suffisante
- selon nous il s'agit d'un quasi bien public :
 - l'information en ligne est sans rivalité, et, en partie d'accès gratuit
 - il est d'intérêt général d'avoir des débats démocratiques animés par une presse libre indépendante et suffisamment diverse et plurielle
 - nous introduisons l'idée de quasi bien public pour indiquer que le marché doit continuer d'exister, avec des groupes privés totalement indépendants (et aussi car utiliser la notion de bien public ici ne serait pas parfaitement rigoureux du point de vue des définitions)

©Badillo

1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

a) Le contexte :

- i. Une nécessité pour la démocratie
- ii. Bilan des aides en France et en Suisse

b) Pour des innovations frugales

John Milton

Par-dessus toutes les autres libertés, donnez-moi celle de connaître, de m'exprimer et de discuter librement

Châteaubriand

La presse... c'est la parole à l'état de foudre, c'est l'électricité sociale

Alfred Sauvy

La clef d'un régime n'est ni dans la constitution, ni dans le nombre des chambres, ni dans la police. La clef est dans l'information

Montesquieu

On a beau faire, la vérité s'échappe et perce toujours les ténèbres qui l'entourent

1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

a) Le contexte :

- i. Une nécessité pour la démocratie
- ii. Bilan des aides en France et en Suisse

b) Pour des innovations frugales

SUISSE : LES AIDES À LA PRESSE

Des aides indirectes

Sur le plan postal

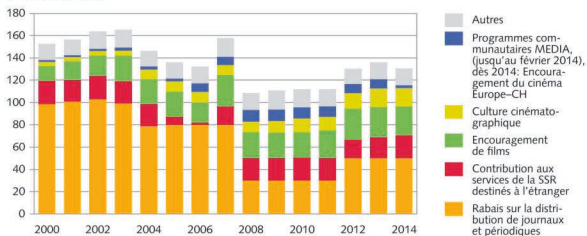
- Les tarifs postaux préférentiels

La Confédération prévoit une subvention annuelle de 50 millions de francs pour le transport de journaux par la poste à un prix réduit.
30 millions sont attribués à la presse régionale et locale
20 millions à la presse associative et des fondations

SUISSE SUBVENTIONS FÉDÉRALES

Aspects économiques des médias Evolution des subventions fédérales dans le domaine des médias

En millions de francs



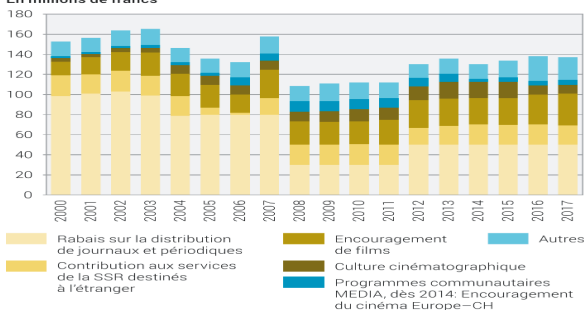
Source: Administration fédérale des finances (AFF) – Banque de données des subventions, compte d'Etat

© OFS, Neuchâtel 2016

SUISSE SUBVENTIONS FÉDÉRALES

Aspects économiques des médias Évolution des subventions fédérales dans le domaine des médias

En millions de francs



Source: Administration fédérale des finances (AFF) – Banque de données des subventions, compte d'État

© OFS 2018

Aides totales à la presse écrite en France

- « Selon le périmètre et les conventions retenus, leur montant total en 2017 oscille donc entre 580 M€ (documents budgétaires) et 1,8 Md€, dont un peu moins de 130 M€ d'aides budgétaires directes »

Cour des comptes, « Les aides à la presse écrite : des choix nécessaires », Rapport public annuel 2018, février 2018

*En résumé **compte tenu de l'écart de PIB** des deux pays **les aides suisses devraient être multipliées presque par 10 pour être équivalentes à celles de la France**; un tel argument donne un ordre de grandeur mais n'est évidemment pas une démonstration en soi*

1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

a) Le contexte

b) Pour des innovations frugales

i. L'innovation frugale

ii. Propositions : deux pistes

- Non au financement direct !? Oui au financement!
- Faciliter usages et consommation des jeunes via des applis et des lectures "papier"

Au-delà des innovations technologiques : des innovations frugales

Les innovations technologiques sont coûteuses et de surcroît les GAFA ont des capacités inégalables du point de vue technologique

L'innovation frugale consiste à répondre à un besoin de la manière la plus simple et efficace possible en utilisant un minimum de moyens = innover mieux avec moins



1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

a) Le contexte

b) Pour des innovations frugales

i. L'innovation frugale

ii. Propositions : deux pistes

- Non au financement direct !? Oui au financement!
- Faciliter usages et consommation des jeunes via des applis et des lectures "papier"

pistes d'innovations frugales

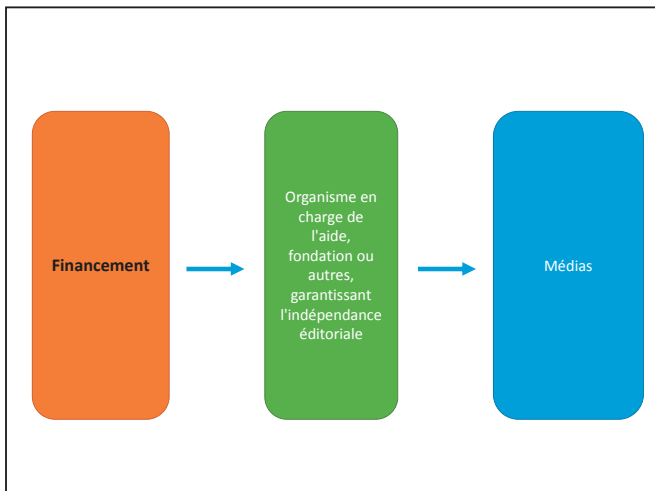
Mettre au point un mécanisme d'aide indirecte efficace et préservant l'indépendance éditoriale et la liberté des médias

Non au financement direct !? Oui au financement!

Très fortes réticences de nombre d'acteurs au financement direct

Leur crainte : l'indépendance éditoriale

Solution : créer un mécanisme permettant ce financement via une fondation ou autre acteur garant de cette indépendance et devant rendre compte



NB

Les fausses solutions : tous journalistes etc., les fonds Google, "Fakebook"...

Les solutions proposées ici et dans la suite :

- représentent des sommes en jeu relativement faibles
- peuvent répondre à des objectifs d'éducation (aux médias) et être financées dans le chapitre formation
- peuvent s'appuyer sur des rédacteurs en chef de qualité qui sont disponibles et disposent d'une connaissance approfondie du métier

1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

a) Le contexte

b) Pour des innovations frugales

i. L'innovation frugale

ii. Propositions : deux pistes

- Non au financement direct !? Oui au financement!
- Faciliter usages et consommation des jeunes via des applis et des lectures "papier"

Donner un budget média de presse écrite et en ligne aux jeunes pour

- Acheter un magazine, qui sera aidé et proposé en concurrence
- Consommer via une appli de la presse en ligne payante

Offrir aux médias le développement de l'appli assurant des micropaiements sécurisés

Au total favoriser une consommation payante, mais financée et gratuite (pour les jeunes) jusqu'à un certain niveau

En résumé, des financements indirects vers le contenu et les applis centrés sur les jeunes, mais pas de financement/subvention directe

1. Les constats

2. Les enjeux

3. Les défis : premières propositions

Conclusion et pistes provisoires

Conclusion et pistes provisoires

Si rien n'est fait, la concurrence de Google, Facebook, etc. fera disparaître la presse d'information

L'information est un bien quasi public qui doit être financé

L'éducation aux médias devrait être un moyen de financer sachant que le budget 2018 "République et canton de Genève" pour le total formation est de 2 milliards de francs et que **des dépenses de plusieurs centaines de milliers de francs permettraient déjà des réalisations significatives**

Par exemple, garantir la presse d'information grâce à un premier plan de trois à cinq années renouvelable (après bilan des résultats), favorisant l'apparition de nouveaux équilibres autonomes pour financer les médias, **durant une phase de transition : en effet on peut espérer que tôt ou tard la presse retrouvera son équilibre si elle est aidée**

Bibliographie

Anderson, J., & Rainie, L. (2017). *The future of truth and misinformation online*. Washington, DC: Pew Research Center and Internet, Science & Tech.

Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2017). The Swiss press model. Democracy, concentration and digital diversification. *Recherches en communication*, (44), 9-30.
<http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/10423/7983>

Badillo, P.-Y. (Coord.), Bourgeois, D., Deltenre, I., & Marchand, G. (2016). *Médias publics et société numérique. L'heure du grand débat*. Genève: Slatkine.

Voir notamment le chapitre 2 : Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2016). Les médias publics : concentration ou concurrence exacerbée ?

Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2016). Media Concentration in Switzerland. Chapter 14, in E. Noam and The International Media Concentration Collaboration. (2016). *Who owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World* (pp. 357-379). New York, NY: Oxford University Press.



Bibliographie (suite)

Badillo P.-Y., & Bourgeois, D. (2015). Media "googlization". The case of the Swiss media model and the press. Communication to the *International Media Management Academic Association (IMMAA) Conference*, Moscow, September 17-18, 2015.

Badillo, P.-Y., Bourgeois, D., Amez-Droz, P., & Kempeneers, P. (2015). Le marché publicitaire suisse face au défi numérique. Enquête. Medi@lab-Genève Laboratory, University of Geneva, May 21, 2015. <http://medialab-geneve.ch/wp-content/uploads/2012/11/1-Enqu%C3%AAt-e-rapport-final1.pdf>

Introne, J., Yildirim, I. G., Landoli, L., DeCook, J., & Elzeini, S. (2018). How People Weave Online Information Into Pseudoknowledge. *Social Media + Society*, July-September 2018: 1–15

MERCI!

Patrick.Badillo@unige.ch

Date de dépôt : 8 janvier 2019

RAPPORT DE LA MINORITÉ SUR LES M 2411 et M 2444

Rapport de M. Thomas Wenger

Mesdames et
Messieurs les députés,

Genève vit une hémorragie médiatique extrêmement inquiétante. Après la disparition du journal *La Suisse*, du *Journal de Genève*, le déplacement du journal *Le Temps* et d'une partie importante de la rédaction de *La Tribune de Genève* à Lausanne, la minorité de la Commission est extrêmement inquiète pour l'avenir du secteur des médias à Genève.

Carrefour multiculturel, Cité internationale et ville de paix, important centre financier, économique et culturel, il est vital pour Genève de conserver un centre médiatique fort et diversifié.

De nombreux médias disparaissent en Romandie.

Comme l'ont rappelé le Prof. Patrick-Yves Badillo, directeur de Medi@LAB-Genève et professeur ordinaire à l'Université de Genève et Philippe Amez-Droz, chargé de cours et collaborateur scientifique à la Faculté des Sciences de la société lors de l'audition, au niveau romand, les titres ci-dessous ont disparus ces vingt dernières années :

- *Le Matin* (VD, disparition 2018)
- *L'Express/ Feuille d'Avis de Neuchâtel* (NE, fusion avec *L'Impartial* 2018)
- *L'Hebdo* (VD, hebdomadaire, 2017)
- *Le Matin Bleu* (VD, gratuit, disparition 2009)
- *La Presse Riviera Chablais* (VD, disparition 2005)
- *La Presse Nord Vaudois* (VD, disparition 2005)
- *Dimanche.ch* (VD, dominical, disparition 2003)
- *Gazette de Lausanne* (VD, fusion avec *Journal de Genève* 1991)
- *Journal de Genève* (GE, fusion avec *Le Nouveau Quotidien* 1998)

- *La Suisse* (GE, disparition 1994)
- *Le Démocrate* (JU, fusion avec Le Pays 1993)
- *Le Jura Bernois* (BE, disparition 1992)

Cette liste démontre l'ampleur du problème dans le domaine médiatique en Suisse romande.

L'information : un bien public

L'information doit être considérée comme un bien public de base. Or elle fait face aujourd'hui à des défis considérables. Numérisation, Googlization, Facebookisation de l'information, phénomène des fake news et de l'infobésité, concentration du marché des médias entre les mains de quelques grands groupes, baisse drastique des recettes publicitaires, ces évolutions engendrent la disparition de nombreux médias dits traditionnels et pose la question de la diversité et de la qualité de l'information mise à disposition du public.

Restructuration de la Tribune de Genève, emplois menacés

Dans ce contexte, la restructuration annoncée par le groupe d'édition Tamedia le 23 août 2018 d'importants titres romands, la fusion, totale ou partielle, de leurs rédactions ainsi que le transfert des rubriques nationale, internationale, économique et sportives de la Tribune de Genève à Lausanne a fortement inquiété la minorité de la Commission.

La Tribune de Genève fait partie du patrimoine médiatique genevois depuis 1879. Mettre en péril l'identité même du média genevois alors que Tamedia a vu son bénéfice net grimper de 39,1% sur un an en 2017, à 170,2 millions de francs est proprement inadmissible et scandaleux.

Restructuration de l'ATS, emplois supprimés

Dans ce contexte, la restructuration annoncée le 8 janvier 2018 par l'Agence Télégraphique Suisse (ATS) comprenant une quarantaine d'emplois supprimés sur 180 a fortement ébranlé la minorité de la Commission.

Il est indéniable qu'une agence de presse telle que l'ATS distillant de l'information de base reprise par de nombreux médias à travers la Suisse est de la nature d'une mission de service public. C'est pourquoi il est prioritaire de soutenir, y compris financièrement, des structures d'agence de presse remplissant une telle mission de service public tout en garantissant une totale indépendance éditoriale vis-à-vis des pouvoirs publics.

Proposition d'une Fondation genevoise pour la diversité des médias écrits

Une des solutions pour soutenir les médias présentée par le Parti Socialiste au travers du PL 12307 est de créer une Fondation genevoise pour la diversité des médias écrits. Malheureusement une majorité de la commission n'a pas voulu soutenir cette proposition comme l'indique le rapport PL 12307-A.

Or il nous semble fondamental de mettre en place rapidement un mécanisme au niveau cantonal ou au niveau romand permettant de soutenir les médias genevois et romands qui diffusent de l'information diversifiée et de qualité.

Conclusion

C'est pourquoi, nous vous engageons, Mesdames les députées et Messieurs les députés, à suivre la minorité de la commission et à refuser les rapports du Conseil d'Etat sur les motions 2411 et 2444 et à les lui renvoyer.