

AGJ

ASSOCIATION GENEVOISE DES JOURNALISTES

Réunion AGJ – Représentants des rédactions

01 octobre 2020 – vidéo conférence

Aide à la presse: que faire ?

Contexte :

La motion demande un financement par contrat de prestation d'information citoyenne locale et régionale dans la presse écrite. Elle a été déposée durant la dernière restructuration Tamedia (fin du *Matin* et vampirisation de la *TdG*, conflits à l'*ATS*). Le contexte Covid ajoute à l'urgence, mais nécessite probablement d'autres mesures (voir ci-dessous).

Un plan est en cours de préparation au niveau cantonal. On n'en sait pas plus.

1. Casser le tabou de l'aide cantonale/communale à la presse écrite :

Nous devons utiliser cette occasion pour casser le tabou de l'aide cantonale/communale à la presse écrite afin d'obtenir ce que *Léman Bleu* et globalement les télévisions locales obtiennent partout : des aides liées à un contrat de prestation.

Signaler par ailleurs, que certaines radios locales ne disposent pas de la redevance et pourrait aussi être incluses dans le champ d'application visé.

Arguments :

a) Parce que le financement public des prestations existe : actionnariat de la Ville de Genève dans *Léman Bleu*. Financement de sa couverture du Grand Conseil. Les communes vont plus loin : Onex et Anières Versoix, Grand-Saconnex, Pregny-Chambésy, Genthod, Bellevue, Collex-Bossy et Céligny ont passé un contrat de couverture avec *Léman Bleu*.

b) Des démarches de AGJ sont en cours auprès des communes en vue d'obtenir la création par l'ACG d'un fond destiné à financer des enquêtes sur les communes.

Points à mentionner durant les discussions :

- a) La production des nouvelles doit être faite par des journalistes basés à Genève.
- b) Rappeler que les éventuels contrats de prestation doivent être conformes à la *Déclaration des droits et devoirs des journalistes* (notamment son article qui lui demande de «Rechercher la vérité, en raison du droit qu'a le public de la connaître et quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même. Et de défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession.»
- c) Souligner que ces propositions heurteront de front les éditeurs, qui sont partisans d'une aide indirecte et qui souhaitent continuer à rationaliser les rédactions comme ils l'entendent (Voir la [Position des éditeurs suisses](#)).

2. Défendre le principe d'une aide d'urgence cantonale

- a) L'aide se justifie économiquement : chute de la publicité : -18 % à Tamedia durant la crise, baisse qui s'ajoute à une perte continue (-50 % en dix ans). Même si le lectorat : hausse, notamment du online (mais les pub rapportent moins). Certains groupes planifient des économies qui vont probablement saigner encore les rédactions.
- b) Elle se justifie aussi parce que les autres cantons romands ont bougé, eux : Fribourg, Vaud, Jura sont intervenus pour soutenir leurs médias avec des moyens importants : Fribourg : l'Etat prend en charge 50 % des pertes publicitaires par rapport à l'exercice 2019. Total : 5,2 millions. Vaud : 6,2 millions. Jura : 185 000, août 2020 dédiée à des commandes de prestations de communication telles que la publication d'annonces, de publiereportages et la réalisation de vidéos.

Propositions :

Retour des annonces officielles en lien avec les droits démocratiques, les emplois et les annonces de service public. Participation à la couverture des pertes publicitaires (modèle fribourgeois) durant la crise conditionnée au maintien de l'emploi ; commande de prestations d'information (suppléments et cie). Réabonnement des services ouverts au public.

3. Défendre le principe d'une action adressant la crise structurelle des médias

En 10 ans, la moitié de la publicité suisse a été captée par les Gafam. L'érosion va se poursuivre. Quels que soient ses efforts de rationalisation, sans la création des conditions d'une concurrence équitable, la presse privée, commerciale va disparaître.

La crise n'est pas une crise du lectorat : le nombre d'abonnements s'effrite (-3 % /an) car les habitudes de lecture évoluent, mais il est en hausse pour l'électronique. Globalement, la presse n'a jamais eu autant de lecteurs. Ce qui n'empêche pas des actions ciblées, notamment auprès des jeunes.

Remarquer que la crise de la presse coïncide avec la crise démocratique à l'œuvre au niveau mondial. Nombreuses sont désormais les dictatures engagées activement dans la déstabilisation des démocraties via la dissémination de fausses nouvelles, la création de polémiques clivantes etc. La sape de la confiance envers les institutions passe par la désinformation, qui ne peut être combattue que par des médias, professionnels, indépendants et raisonnablement prospères.

Le canton ne peut pas tout faire, mais il peut :

Propositions :

Intervenir auprès de Berne via une initiative cantonale pour rappeler à la Confédération qu'elle peut agir (cf Australie, qui demande aux Gafam des reversements (montant fixe annuel ou montant pour chaque clic sur un article). En France et Allemagne : le gendarme de la concurrence a [enjoint le géant américain de négocier avec les éditeurs et agences de presse](#) la rémunération qui leur est due pour la reprise de leurs contenus.

Préparer un plan à long terme de soutien aux médias en s'appuyant sur l'excellent programme vaudois qui propose de créer une plate-forme d'abonnement pour la presse vaudoise (kiosque virtuel). Vaud envisage de prendre en charge des coûts d'un ETP de journaliste au sein de l'agence existante afin de couvrir l'actualité vaudoise, à prix abordable pour les médias locaux et régionaux.

Renforcer l'éducation des jeunes ou des adultes à la lecture critique en finançant des heures dispensées par des professionnels dans le cadre de programmes d'enseignement.

Conclusion :

Les aides à la presse existent dans de nombreux pays. Déductions fiscales, réduction transport etc. A la différence des aides indirectes, les pays nordiques pratiquent l'aide directe et n'hésitent pas à fixer des conditions d'exécution aux éditeurs (obligation de localisation des rédactions, nombre minimum de journalistes, ratio pub/rédactionnel, nombre de réactualisation sur le site, nombre minimum de lecteurs).

On pourrait ajouter encore : valeur ajoutée minimale par rapport aux nouvelles brutes etc), cofinancement de postes dédiés à une mission etc. Autant d'éléments qui, s'ils altèrent la liberté du propriétaire, ne touchent pas à l'indépendance rédactionnelle, mais obligent à une transparence comptable. Ce qui n'est pas un problème, la presse étant un sujet trop important pour être laissé aux mains des éditeurs.