

Question orale posée par M. GEOURJON sur le budget de communication

M. GEOURJON Christophe : Monsieur le Maire, chers Collègues, nous avons tous reçu ces derniers temps dans nos boîtes aux lettres le journal Lyon Citoyen, les magazines d'arrondissement Grand Lyon magazine. Nous avons tous également vu fleurir de grands panneaux publicitaires à la gloire de votre action municipale. Des pages de publicité ont été achetées également dans la presse locale. Ce que nous avons subi fin février avant le début du délai fatidique d'un an qui précède l'élection municipale, s'apparente donc à un matraquage de communication.

Monsieur le Maire, il est certes de votre responsabilité de communiquer, d'informer nos concitoyens, sur les actions de la ville, sur les travaux en cours, mais ceci ne vous autorise pas à communiquer dans le seul but de valoriser votre action.

De plus, vous attribuez à la Ville de Lyon des actions conduites par le Grand Lyon, par d'autres collectivités territoriales, ou même par exemple, par les universités ou les entreprises lyonnaises.

Cela ne vous donne pas non plus le droit de tout faire en cette période de crise des finances publiques, un minimum d'éthique aurait dû vous inciter à respecter le travail des partenaires de la Ville, à plus de modestie vis-à-vis de ce qu'il reste à accomplir, à plus d'économie.

Pouvez-vous nous indiquer le montant des budgets mobilisés pour cette action de communication de grande ampleur ? Je vous remercie.

M. LE MAIRE : Merci bien !

Ce que dit M. Geourjon n'est pas forcément parole d'évangile ! J'ai en mémoire ce qu'il nous disait -c'était il y a quelques temps- sur la façon dont la Ville de Lyon était une ville où l'imposition était extrêmement élevée, qu'il y avait un matraquage fiscal.

Et il se trouve que dans le numéro de cette semaine, l'hebdomadaire Marianne fait un classement des villes : sur l'endettement, sur la taxe d'habitation, sur le foncier bâti. Monsieur Geourjon, je vous invite à regarder où se trouve la Ville de Lyon et où se trouvent un certain nombre des villes, que vous citez souvent en référence ; celles qu'aiment à citer vos amis et vous verrez que je préfère être là qu'à leur place !

Alors il se trouve qu'il y a beaucoup de journaux qui font des classements et il y en a un, Le Figaro, il y a quelques temps, qui a attiré mon attention, parce que je savais que ce sont des questions que vous posez de manière un peu récurrente, qui vous semblera, par rapport à l'orientation de la politique lyonnaise, totalement irréfutable, c'est un classement sur : « *Grandes villes : les maires soignent leur image* » et qui chiffre ville par ville, quels sont les budgets de communication.

Vous verrez que la Ville de Lyon est assez modeste sur le budget de communication. On voit par exemple, je vais vous donner les chiffres, que la Ville de Lyon pour 10.000 habitants a un budget de 98.000 €. Dans le même temps, la ville de Nice a 200.000 € par habitant. Si vous voulez, je peux vous le laisser, vous y renvoyer, vous verrez que notre Communication est extrêmement parcimonieuse et que nous communiquons plus par la force de ce que nous réalisons, que par les supports qui peuvent servir à la Communication.

Vous voyez pour les Lyonnais, lorsqu'ils voient la transformation de leur ville et bien, c'est le meilleur moyen de pouvoir communiquer. Ce n'est pas l'achat récurrent que nous faisons d'une page dans tous les hebdomadaires, plutôt pour essayer d'aider la presse dans une période où elle souffre beaucoup, que pour porter véritablement notre communication, et bien nous continuerons comme cela, faire et puis après laisser les Lyonnais juger sereinement. Merci.

Nous en avons terminé avec notre Conseil.

(La séance est levée à 20h40.)