



Le journal indépendant des Genevois

Présentation



- 265'000 exemplaires distribués chaque semaine (mercredi – jeudi) en exclusivité dans les TPG + dans les boîtes aux lettres et en caissettes sur toute la Zone Economique 11 (Canton de Genève et District de Nyon)
- 146'000* lecteurs par numéro sur la ZE 11
- 252'000* au Cercle le plus large de lecteurs + environ 60'000 lecteurs en France voisine
- 50 ans d'encre genevois avec un titre perçu successivement comme : le journal des bonnes affaires, le culot dans l'info (le Canard Enchaîné local), le journal le plus lu, le journal malin des genevois et désormais, le journal indépendant des genevois !
- 30% de volume rédactionnel avec une rédaction intégrée
- Une ligne éditoriale qui mise avant tout sur une information locale souvent exclusive (1^{er} cahier actualité sur Genève et sa région, 2^e cahier entièrement dédié aux loisirs), avec un ton parfois impertinent, mais toujours indépendant... et fréquemment reprise dans les médias
- Un contenu rédactionnel qui crée la proximité avec son lectorat : apolitique, engagement et absence de langue de bois
- Info commerciale locale à travers des annonces, des partenariats et des publi-rédactionnels + des petites annonces essentiellement de particulier, renouvelées chaque semaine.
Possibilité de publier ces annonces en combinaison avec Lausanne Cités sur Lausanne et sa région (LémanCombi) pour toucher 246'000 lecteurs par numéro (441'000 au Cercle le plus large)

*Source : étude REMP MACH BASIC 2020-2

50 ans d'histoire genevoise

Années 70

Le 6 novembre 1970, paraît le premier numéro de GHI, publié par l'Imprimerie du Pré-Jérôme à Genève. D'apparence modeste, en noir-blanc, le journal gratuit arrive deux fois par mois dans les boîtes à lettres des Genevois. Au début consacré essentiellement aux conseils pratiques, il ne cesse de s'étoffer.

En octobre 1971, l'éditeur Jean-Marie Fleury introduit les petites annonces, qui rencontrent un succès sans précédent. La couleur verte s'impose dans le logo dès 1972. Au fil des mois, la présentation s'améliore, une partie rédactionnelle se développe sur la base d'informations exclusives, pertinentes et de qualité.

Première action d'une longue série, GHI s'engage en **février 1973** contre l'expulsion de Mario Lomé, ministre de Mobutu, le président du Congo Kinshasa. Premier procès contre GHI, mais le dictateur retire sa plainte après plusieurs années de procédures.

En 1975, GHI libéralise les mœurs des Genevois en ouvrant ses colonnes aux petites annonces «amitiés-rencontres», jugées trop libertines par certains. Le fougueux rédacteur en chef de l'époque, René Terrier, dénonce l'hypocrisie genevoise en évoquant la débauche dans la République. C'est ainsi que le dossier est vite enterré, GHI n'étant dès lors plus inquiété.

Au fil des années, le petit canard de quelques pages s'épaissit... Le trouvant trop dérangeant, les milieux économiques manipulés par les éditeurs de journaux payants vont lancer un boycottage contre GHI, qui durera de longues années.

Malgré cela, un cap stratégique est franchi le **24 mars 1977** : GHI devient hebdomadaire, prend de la couleur et choisit un look plus accrocheur.

En 1978, GHI lance une initiative demandant la suppression de l'école le samedi et récolte, avec un comité de soutien, plus de 20'000 signatures d'électeurs ! Il faudra tout de même patienter une vingtaine d'années pour obtenir ce congé tant attendu.

En mai 1979, le journal installe ses propres rotatives quatre-couleurs à la rue des Pavillons à Genève.

Années 80

Durant cette décennie, GHI connaît un développement fulgurant, avec des pages rédactionnelles qui s'étoffent et un dynamisme commercial qui ne se dément pas.

Le 12 février **1987**, GHI crée l'événement et rencontre un retentissement mondial. Un préservatif est encarté dans chacun des 200'000 exemplaires du journal, qui apporte ainsi sa contribution à la lutte contre le sida. Il fallait oser, à une époque où cet objet était contesté par certains. Des radios, télévisions et journaux du monde entier s'en font l'écho jusqu'aux Indes, aux Etats-Unis et au Canada.

Toujours en 1987, le 28 décembre, GHI publie en exclusivité les révélations de Pierrette Le Pen sur son mari. GHI est repris par les médias français, créant ainsi l'événement.

Le 29 janvier **1988**, Michel Jörimann, journaliste fin connaisseur de la vie politique genevoise et «pilier» du GHI, dénonce les excès du conseiller d'Etat Christian Grobet, rebaptisé le «Roi Dagrobet». Un culot qui surprend dans la presse genevoise avec une ironie alors très osée.

A cette époque (novembre 1988), un journal gratuit concurrent est lancé : « JEUDI » mais il ne perdurera pas.

Années 90

Le 21 mars 1990, le nouveau concept du GHI, préparé par l'agence Mc Cann Erickson, est présenté par le nouveau rédacteur en chef Gil Egger. La partie rédactionnelle a été entièrement repensée avec davantage de rubriques, qui sont mieux structurées.

Si les Genevois considèrent leur GHI comme une institution, l'esprit frondeur des débuts n'a pas disparu, bien au contraire. En mars 1992, alors que le canton enregistre déjà des déficits record, GHI demande à ses lecteurs si le Gouvernement doit démissionner, ce qui provoqua de multiples remous dans la classe politique...

Pour ses 25 ans, GHI cède 50% de son capital à EDIPRESSE, et reprend l'équivalent lausannois du GHI : Lausanne Cités.

Le 21 mars 1996, GHI propose à ses lecteurs d'envoyer des «amendes-maison» aux parlementaires fédéraux qui ont voté des hausses brutales des tarifs des contraventions. L'impertinence reste toujours d'actualité.

Le 3 juin 1997, GHI dépose une pétition comptant 21'000 signatures récoltées, demandant une troisième voie sur l'autoroute Genève-Lausanne, pour faciliter la vie des habitants de la région. L'idée a fait son chemin depuis.

A une époque où les rubriques de sexologues sont encore confinées aux journaux spécialisés, GHI innove et accueille sa «chère Doria», qui répond personnellement aux lecteurs.

Dans les années 90, GHI va être le premier à offrir un accès gratuit à internet, à ses lecteurs, popularisant ainsi cette technique auprès des Genevois. Dans cette sombre décennie pour la presse genevoise, les quotidiens «La Suisse» et le «Journal de Genève» disparaissent. Depuis, GHI a fait de la proximité et l'implication locale, le cœur de ses préoccupations. GHI peut être considéré comme un véritable acteur de la vie politique, culturelle et économique locale.

Ceci se traduit notamment par une politique de sponsoring ciblée sur des événements populaires et de proximité : Fête de Genève, Genève Servette Hockey Club, Fête de l'Espoir...

Années 2000

Le cap de l'an **2000** est franchi. 1^{ère} bonne surprise : la taxe sur les spectacles, dénoncée pendant des années par GHI, est supprimée par les électeurs de Genève, qui acceptent une initiative cantonale.

Dans le numéro des 30 ans du GHI, le 9 novembre 2000, l'éditeur Jean-Marie Fleury dénonce la «politique des petits copains». A cette époque, le Conseil d'Etat favorisait certains médias «lèche-botte», au détriment du GHI.

2002 voit la naissance de Lac Hebdo, équivalent du GHI et Lausanne Cités pour la région de la Côte.

Toujours plus proche des lecteurs, GHI développe une large palette d'offres qui leur sont réservés : avant-premières cinéma, billets à gagner pour des spectacles ou des événements sportifs, DVD et livres offerts, etc.

C'est en **2003** que GHI, en plus des caissettes en ville et dans le canton et surtout d'une distribution tous-ménages, est distribué dans les transports publics, plus précisément dans les trams.

Vingt ans après les attaques du dictateur congolais Mobutu, le Conseil administratif de la Ville de Genève s'en prend à GHI pour limiter la liberté de la presse. Il cloue au pilori un article du GHI qui critique l'un de ses membres, Christian Ferrazino, le 18 juin 2003. Le maire Ferrazino porte plainte auprès du Conseil de la presse, qui donne raison à GHI, au nom de la «liberté de commenter».

En janvier **2005**, autre action du GHI qui marquera les esprits : des alcotests sont distribués aux habitants.

Le 1er septembre 2005, pour ses 35 ans, le canard s'offre un lifting avec un nouveau logo, une nouvelle mise en page du journal et met le cap sur plus d'images et d'infos étonnantes. C'est à ce moment qu'est lancé le site Internet www.ghi.ch

Dès **2007**, une collaboration est initiée avec PARU VENDU pour toucher les frontaliers.

Surtout, la décision de distribuer GHI dans toutes les boîtes aux lettres y compris celles arborant l'autocollant PAS DE PUB est prise : en effet, plus du tiers du journal est consacré au rédactionnel relayant de l'information de proximité et donc GHI est considéré comme un journal d'information. Il conserve toutefois ses 3 intérêts de lecture que sont son rédactionnel, ses petites annonces classées et la publicité.

2008 marquera le rapprochement avec Le Régional pour proposer une combinaison de titres de presse gratuite unique : Lémancombi+, couvrant l'intégralité de l'Arc Lémanique (567'000 exemplaires distribués) et touchant plus de 50% des ménages de cette zone.

Années 2010

2010 est l'année des 40 ans du journal et de sa pleine maturité. Toujours autant ancré auprès de la population, le journal garde son ton incisif et multiplie les scoops repris largement par la presse romande. Il reste également la référence en termes de petites annonces classées.

En **2011**, pour insuffler une nouvelle dynamique, le journal est relooké, de nouvelles rubriques apparaissent et il y a un changement de rédacteur en chef : Charles-André Aymon part pour Léman Bleu et est remplacé par Giancarlo Mariani, ex-rédacteur en chef du 20 Minutes Genève. Le site Internet du GHI est de plus en plus mis en avant et la [page Facebook](#) du journal se développe.

En parallèle, GHI voit le MATIN BLEU s'éteindre au profit du 20 Minutes.

2013 est l'année du lancement de l'application iPhone de GHI, disponible gratuitement sur App Store.

Surtout, c'est à cette époque que le GHI devient **le journal malin des genevois**, celui dans lequel ils peuvent trouver des informations pertinentes, différentes, des sujets qui les touchent, des bons plans, des concours où ils peuvent gagner chaque semaine de nombreux lots... comme des petites annonces actualisées et de proximité.

La nouvelle maquette du GHI donne un cadre plus flatteur et agréable aux lecteurs comme aux annonceurs en misant sur une mise en page plus aérée et épurée.

De quoi permettre au journal de fêter dignement ses 45 ans d'existence à l'automne **2015**, lui qui est et reste le journal le plus lu de la zone économique 11. D'ailleurs, c'est cette même année où il a été décidé de lancer la 1^{ère} édition du PRIX GHI DU PUBLIC dans le cadre du PRIX DU COMMERCE de la ville de Genève, invitant les habitants et lecteurs à voter pour leur boutique préférée. Une belle manière de mettre en avant le commerce de proximité.

L'année **2016** est également une année phare du fait d'un changement de direction. Le directeur général de GHI et LC, Jean-Marc Velleman, s'en est allé après 13 ans de bons et loyaux services pour laisser sa place au fils de l'éditeur, Pascal Fleury, qui a auparavant fait ses armes comme directeur de Lausanne Cités. Une passation réussie et un nouveau site internet « responsive » en vue dès septembre 2016.

NON à Blocher

Le 18 avril 2018, le géant zurichois de médias privé Tamedia communique, unilatéralement, sa volonté de vendre ses 50% de parts de GHI et Lausanne Cités à la Zeitungshaus SA, groupe détenu par l'homme d'affaires et politicien zurichois Christoph Blocher.

Le 30 mai, Jean-Marie Fleury, éditeur et fondateur des deux journaux gratuits, exerce son droit de préemption et rachète la totalité des actions des deux titres qui redeviennent, dès lors, à 100% indépendants.

«Pour des raisons sentimentales et parce qu'il s'agit d'une entreprise familiale que j'ai créée il y a près d'un demi-siècle, j'ai choisi de racheter toutes les actions et d'assurer ainsi l'avenir des deux titres dont l'indépendance et la neutralité éditoriale sont garanties», résume Jean-Marie Fleury.

Année 2020

Le 5 novembre, GHI a fêté ses 50 ans!

Pour résumer

GHI est un journal gratuit hebdomadaire d'information de proximité et de petites annonces.

Il est toujours conçu et réalisé à Genève sous la direction générale de Pascal Fleury et de l'éditeur Jean-Marie Fleury.

L'impression est réalisée à Bussigny par le CIL, avec un tirage de 265'000 exemplaires. Il emploie environ 25 personnes.

Son lectorat s'élève à 146'000 lecteurs* hebdomadaires sur la zone économique 11 et plus de 60'000 lecteurs en France voisine, ce qui en fait le journal le plus lu sur Genève. Institution genevoise, GHI est lu par tous, quel que soit la classe d'âge et de revenus.

**Source : étude REMP MACH BASIC 2020-2 ZE11*