

Des villes sans pub en Suisse romande?

Par Mirko Locatelli

En 2006, la municipalité de Sao Paulo, paisible bourgade brésilienne de quelque 10 millions d'habitant·e·s, a décidé d'interdire l'affichage publicitaire. Si les pubs n'ont pas complètement disparu – elles recouvrent encore les abribus, notamment –, cette décision constitue néanmoins une rare victoire contre la pollution visuelle. Une telle mesure serait-elle envisageable sous nos latitudes? Quelles en seraient les principales conséquences? Nous avons posé ces questions à plusieurs élu·e·s des principales villes romandes.

Premier constat: contrairement à d'autres thèmes (l'asile, la mendicité, la criminalité, etc.) la publicité ne semble pas être un sujet qui passionne nos édiles. Ou alors, exposer ses opinions dans un journal prônant la décroissance doit être, électoralement parlant, moins porteur que s'afficher dans *Le Matin*... Toujours est-il que notre sondage n'a obtenu qu'une petite dizaine de réponses: merci à celles et ceux qui se sont montré·e·s ouvert·e·s au dialogue.

Interdit d'interdire

Sans surprise, l'idée d'une interdiction n'a pas récolté l'adhésion de la majorité de nos sondé·e·s. Les personnes qui nous ont répondu se partagent essentiellement entre partisans d'une meilleure réglementation, à l'instar de Hugues Chantraine, UDC, La Chaux-de-Fonds: «*Je serais volontiers pour un affichage publicitaire mieux ciblé, plus encadré, dans les villes. Certains produits seraient bannis des abords de collèges, par exemple, ou les emplacements publicitaires seraient mieux répartis dans la ville.*» et défenseurs de la responsabilité individuelle, comme Laurent Ballif, PS, Vevey: «*Il me semble plus simple d'apprendre aux gens à comprendre les messages que d'interdire la publicité, [...] la formation de l'individu est plus importante que sa protection des messages publicitaires*». La seule voix en faveur de l'abolition est celle de Mathieu Béguelin (PS, Neuchâtel), pour qui «*ces panneaux sont des perturbations pour le paysage et empêchent la mise en valeur du patrimoine bâti*».

Parmi les arguments contraires les plus fréquemment cités, Carol Chisholm (Verts, Neuchâtel) et François Genoud (PLR, Sierre) s'accordent à dire qu'il s'agit d'une «*d'une question purement économique. Les recettes que génère cet affichage sont trop précieuses pour y renoncer.*» Un point de vue cependant étonnant, quand on connaît les termes des contrats que les communes signent avec la SGA (cf. page 14). Au-delà de l'argent, d'autres élu·e·s insistent également sur l'absence de dispositions légales donnant des compétences en la matière aux communes (bien que, dans le cas du petit crédit, Vernier ait récemment eu gain de cause), ainsi que sur l'impossibilité d'intervenir sur l'affichage des surfaces privées ou appartenant à la Confédération (ex. les gares). Vrai, certes, mais faut-il pour autant refuser de commencer quelque part («*On interdit bien aux propriétaires d'immeubles certaines couleurs de peinture, non?*», signale Philippe Beck, Verts, Morges), serait-ce au prix de «*perdre des emplois dans plusieurs domaines*» (Christine Vallélian, PDC, Romont)?

Plus intéressants paraissent, en revanche, les questionnements à propos du type de publicité qu'il faudrait viser: «*Les affiches invitant à une*

exposition d'art, à un concert, voire à une manif anti-Monsanto sont aussi de la pub», rappelle Philippe Beck. Dès lors, comment «*éviter d'avoir à décider de ce qui est communication autorisée et ce qui est publicité interdite, car ce rôle est toujours celui du censeur, et donc du fasciste*» (Ballif)? Persuadé·e·s que les membres de la Commission pour la loyauté publicitaire, qui opèrent ce choix tous les jours, apprécieront l'épithète que leur décerne le syndic de Vevey, l'interrogation n'en est pas moins pertinente: comment distinguer, dans le domaine culturel par exemple, ce qu'est une manifestation à but non lucratif? Une frontière sûrement difficile à tracer, mais le propre de la vie en société ne devrait-il pas, justement, être la capacité à fixer collectivement des règles garantissant le bien commun? S'en abstenir revient à laisser la voie ouverte aux lois du marché, qui jouissent d'un droit de vie ou de mort sur la liberté d'expression en fonction des moyens économiques à disposition de chacun·e, pour des finalités dont l'éventuelle «noblesse» laisse songeur.

La pub, c'est beau!

C'est toutefois à propos des conséquences d'une éventuelle interdiction que les plumes se lâchent. On apprend ainsi que, sans affichage publicitaire, «*l'espace urbain se retrouverait dénudé, vide*» (Chantraine) et que «*ce serait une catastrophe esthétique et urbanistique que de transformer en un cube hermétique et nu [...] les bâtiments constituant le front entourant l'espace public. Il y aurait peut-être quelques endroits où l'enlèvement de tels panneaux serait une amélioration, mais dans bien d'autres situations cette démarche laisserait apparaître des murs nus rébarbatifs, des "espaces à tags" ou des verrues architecturales*» (Ballif). Lorsque Christine Vallélian affirme qu'«*il y a des choses plus graves et importantes à modifier*», nous ne pouvons qu'être d'accord avec elle: au premier rang, l'incapacité politique d'imaginer un usage des surfaces autre que commercial, véhiculant des messages alternatifs aux classiques «Consomme!», «Dépense!». Le champ des possibles est pourtant vaste: «*Pourquoi ne pas utiliser certains emplacements pour en faire des espaces d'expression artistique ou d'information, pour les habitants comme pour les gens de passage, annonçant des événements culturels, sportifs ou patrimoniaux?*» (Béguelin) Peut-on trouver meilleure preuve de l'emprise publicitaire sur notre imaginaire que ce consternant manque de créativité? Se le réapproprier «*nous ramènerait peut-être à regarder dans l'espace public ce qu'il est vraiment intéressant de regarder, conclut Beck: le visage des autres, le ciel, les pousses d'herbe dans les murs...*».

«La révolution tiendra plus que ses promesses; elle renouvellera les sources de la vie en nous lavant du contact impur de toutes les polices et en nous dégageant enfin de ces viles préoccupations de l'argent qui empoisonnent notre existence. C'est alors que chacun pourra suivre librement sa voie; le travailleur accomplira l'œuvre qui lui convient; le chercheur étudiera sans arrière-pensée; l'artiste ne prostituera plus son idéal de beauté pour son gagne-pain [...].»

Elisée Reclus, «*Métamorphoses du progrès*», *L'Almanach de la question sociale*, 1898, p. 28