POUR UNE POLITIQUE D'AFFICHAGE PUBLIC DÉMOCRATIQUE

Monsieur le Président, mesdames et messieurs,

La problématique de l'affichage publicitaire est avérée. En effet, les populations urbaines subissent les agressions visuelles de la publicité qui agit de manière subtile et insidieuse sur nos habitudes de consommation et notre psychologie. Elle conditionne notamment le comportement de consommation des plus jeunes et tend à forcer la répétition de schémas de pensée voulus par les annonceurs. Leur présence dans l'espace public doit donc être étudiée avec sérieux et précaution.

Encourageant souvent le consommateur ou la consommatrice à acheter plus cher pour la marque et sans rapport avec la qualité du produit, la publicité, dont les coûts se répercutent de plus sur les prix, réduit le pouvoir d'achat réel de la population en augmentant inutilement le prix des biens commerciaux et des services. Une limitation de celle-ci est donc, à moyen terme, bénéfique pour le pouvoir d'achat de tou·te·s les habitant·e·s de la région. En outre, il convient de noter que l'affichage dans notre région est en très grande partie dévolu à la promotion des multinationales, au détriment donc des commerces locaux.

D'autre part, la publicité constitue l'un des gaspillages les plus notoires des ressources naturelles. Les autocollants « stop réclame » se multipliant sur les boîtes aux lettres sont la preuve que la population ne cautionne plus cette situation délétère. Cette indigestion publicitaire de la part des citoyens et des citoyennes se dénote sur internet également. En Suisse, 18% des internautes utilisent des « bloqueurs de publicité » pour tenter de stopper l'hémorragie d'annonces et de fenêtres « pop-up » envahissantes[1]. Au niveau mondial, ce chiffre croît très rapidement, avec une hausse de 30% par an.

Les panneaux publicitaires situés sur l'espace public sont actuellement loués par la ville de Morges à la SGA qui les sous-loue aux annonceurs pour des montants largement supérieurs, allant de 48.- (F4) jusqu'à 752.- (F24) francs hebdomadaires. La suppression de certains de ces panneaux permettrait une amélioration qualitative de l'espace public. D'autre part, certains panneaux pourraient être réaffectés, sous forme de panneaux d'affichage libre, pour un usage plus démocratique.

Finalement, il est à noter que de nombreuses communes partenaires, parmi lesquelles Nyon, Lausanne et Vevey ont d'ores et déjà remis en cause les procédures de renouvellement non-conformes des conventions d'affichage. Ces villes ont par la suite été en mesure d'ouvrir ce marché et ainsi de bénéficier, d'une part, de contrats nettement plus avantageux et de développer, d'autre part, une politique d'affichage cohérente, en

[1] *The state of the blocked web : 2017 Global Adblock Report*, PAGEFAIR, 2017.

considérant les panneaux comme des éléments à part entière de l'espace public et en remettant en cause leur omniprésence dans nos rues.

Par conséquent et au vu de ces nombreuses raisons, nous demandons à la Municipalité :

- De prendre au plus vite les dispositions nécessaires pour résilier la convention d'affichage conclue avec la SGA, et ce avant expiration du délai prévu, de manière à ne pas reconduire automatiquement cette convention en 2019 ;
- De présenter un concept d'ouverture des marchés ou, cas échéant, de gestion interne d'une partie ou de la totalité de l'affichage publicitaire ;
- D'étudier notamment la possibilité, à l'image d'autres communes vaudoises, d'adopter une gestion interne en matière d'affichage à but culturel, associatif, politique et de l'affichage libre ;
- D'intégrer la publicité et l'affichage publicitaire comme un élément à part entière de l'espace public et de la politique urbaine. À cet effet, de développer un concept d'affichage sur l'entier du territoire communal en repensant le nombre, le format et la répartition des supports d'affichages autorisés ;
- De considérer en particulier une diminution de la quantité des panneaux d'affichage publicitaire présents sur le territoire communal et, de manière générale, de chercher à réduire l'impact de l'affichage commercial sur l'espace public et sur la population morgienne ;
- De développer un concept global de l'image que la Municipalité veut donner de la ville et des valeurs que nous souhaitons défendre et d'intégrer ces éléments de réflexion dans la nouvelle politique d'affichage.

Pour le groupe PSIG

Rémi Petitpierre

Anne F. Cosandey

Michaël Fötheff

Laure Jaton

Ludivine Cuex

Rose Ngo Pem Lissaug