

**N° 36/10.18**

**PRISE EN CONSIDÉRATION DU POSTULAT DU GROUPE PSIG : « POUR UNE POLITIQUE  
D’AFFICHAGE PUBLIC DÉMOCRATIQUE »**

---

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs,

La Commission chargée de l'étude de la prise en considération de cet objet s'est réunie le 26 juin 2018 à l'Hôtel de Ville, en salle des Commissions. Elle était composée de Mmes et MM. Jean-Hugues BUSSLINGER, rapporteur de la minorité, Alizée DE LA HARPE (remplacée par M. Xavier LEPORI), Eva FROCHAUX, Laure JATON (remplacée par M. Michaël FURHOFF), Marc LAMBRIGGER, Emmanuelle NEUKOMM, présidente et Rémi PETITPIERRE, présent rapporteur de la majorité.

## **1 PRÉAMBULE**

Ledit postulat avait pour sujet la politique en matière d'affichage public. Cet objet sollicite la rédaction d'un rapport de la part de la Municipalité, traitant de la possibilité de résilier la convention d'affichage à son échéance, d'ouvrir le marché ou d'adopter une gestion interne de l'affichage publicitaire et/ou d'adopter une gestion interne pour l'affichage à but culturel, associatif, politique et pour l'affichage libre. De plus, il souhaiterait voir la Municipalité se pencher de manière plus approfondie sur l'affichage en tant que politique publique. Notamment, il lui demande d'étudier l'intégration de l'affichage publicitaire dans l'espace public, de présenter un concept d'affichage, en réfléchissant notamment au nombre, au format et à la répartition des supports, en considérant notamment dans son rapport la possibilité de diminuer l'impact de l'affichage sur l'espace public. Finalement, le postulat demande à la Municipalité de se pencher sur l'image qu'elle souhaite rendre de la Ville et d'intégrer cet élément dans sa réflexion.

## **2 DISCUSSION**

En premier lieu, la majorité de la Commission tient à rappeler que la prise en considération d'un postulat sollicite bel et bien la rédaction d'un rapport de la part de la Municipalité. Par conséquent, une telle prise en considération n'équivaut en aucun cas à un vote contraignant la Municipalité à infléchir sa politique. Un postulat vise avant tout à susciter une réflexion approfondie sur un sujet. Son adoption par le Conseil communal équivaut à reconnaître l'importance du sujet concerné et la nécessité de questionnement.

Durant la discussion, la minorité de la commission a exprimé ses craintes de voir cet objet traité non pas comme un postulat mais comme une motion. La majorité de la commission a rappelé que l'objet avait bien été enregistré comme un postulat auprès du bureau du Conseil et qu'il serait dès lors traité comme tel durant toute la procédure. M. le Syndic avait par ailleurs confirmé lors du débat en plénum que la Municipalité avait également compris l'essence de cet objet. Le postulat est défini explicitement par l'art. 66 du règlement de notre Conseil. Sa transformation en motion n'est pas possible<sup>1</sup> et n'est pas non plus souhaitée par les postulants. Il est donc parfaitement irraisonné de craindre un tel court-circuit administratif. Relevons également que les demandes d'analyse de la situation présentes dans le postulat sont rédigées de manière à rassembler des informations utiles à toutes et tous. Elles sont le résultat d'un consensus et permettent d'étudier toutes les options potentiellement bénéfiques pour la commune et ses habitants, avec un regard résolument transparent. Entre autres, dans une volonté de conciliation, pour rassurer les esprits les plus soucieux et lever toute inquiétude concernant la procédure, les postulants ont proposé à la commission d'amender le texte de l'objet comme suit :

*« Par conséquent et au vu de ces nombreuses raisons, nous demandons à la Municipalité de bien vouloir étudier les propositions suivantes : [...] »*

Dans le cas présent, la majorité de la Commission considère que l'importance du sujet est évidente. La dernière convention d'affichage a été conclue pour 21 ans. Elle correspond à un revenu de près de CHF 70'000.00 par an pour la Commune de Morges et à un chiffre d'affaire annuel estimé de CHF 1'700'000.00 pour la Société Générale d'Affichage (SGA)<sup>2</sup>, ce qui pourrait correspondre à des recettes de CHF 640'000.00 chaque année<sup>3</sup>. Sur 21 ans, cela représenterait donc quelques 13 millions de francs en bénéfices et 36 millions en chiffre d'affaire. Ces montants sont évidemment à considérer avec prudence puisqu'il s'agit d'estimations, mais l'ordre de grandeur demeure et force est de constater que le poids financier de cette convention n'est pas anecdotique.

Pour poursuivre, la majorité de la commission estime légitime la volonté de mener une réflexion quant au facteur quantitatif de l'affichage publicitaire. En effet, en 2017, selon les chiffres de Communication suisse, l'association faîtière de la branche de la publicité, la publicité commerciale en ville de Genève ne représentait que 10% des surfaces d'affichage<sup>4</sup>. À Morges, en 2016 et selon les chiffres de la Municipalité, cette part s'élevait à 34,4%. Une différence suffisamment importante pour qu'on prenne le temps d'en étudier la pertinence, ce que permettrait l'adoption de ce postulat.

D'autre part, la minorité de la commission a considéré qu'une telle intervention constituait une attaque au commerce et à la prospérité. La majorité réfute sérieusement cette allégation. Non seulement il n'est nulle part question d'une quelconque interdiction de l'affichage ni d'aucune mesure contraignante, mais de surcroît, le postulat propose à la Municipalité d'étudier l'opportunité d'ouvrir un marché à la concurrence.

---

<sup>1</sup> Art. 68, al. 4 du règlement du Conseil communal de Morges

<sup>2</sup> Extrapolation linéaire par rapport aux chiffres nationaux, selon les données publiées par Le Temps le 16 mars 2017 dans l'article intitulé « La SGA récupère sa concession d'affichage à Lausanne ».

<sup>3</sup> Ibidem, selon une estimation basse par rapport aux montants pour le marché genevois, qui compte une proportion moindre d'affichage commercial (voir <sup>3</sup>)

<sup>4</sup> « Genève zéro pub », KS-CS, communiqué du 7 novembre 2017, consulté en ligne le 4 juillet 2018.

En outre, il est certain qu'une réflexion globale sur l'affichage pourrait permettre de mieux mettre en valeur l'espace public et donc de favoriser tant le tourisme que les commerces.

N'oublions pas non plus qu'en parallèle, le développement des nouvelles technologies a radicalement transformé le monde de la publicité depuis la signature de la précédente convention, en 1999. Les canaux de communication publicitaire se sont en effet multipliés ces 20 dernières années. Au sens de la majorité de la commission, il est donc tout à fait évident qu'un rééquilibrage de l'affichage dans l'espace public ne péjorerait pas les annonceurs par rapport à la situation de 1999, la publicité en ligne notamment ayant explosé depuis.

En outre, la majorité de la commission tient à souligner que les commerces morgiens ne profitent actuellement que peu de l'affichage public de la Commune. Il est en effet extrêmement rare d'apercevoir une affiche émanant d'un annonceur morgien. Pourtant, force est de constater qu'un coup de pouce publicitaire ne serait parfois pas de trop, au vu de la conjoncture difficile pour les petites structures et notamment pour les commerçant·e·s du centre-ville. Ce postulat offre à la Municipalité l'occasion d'établir une synthèse de la situation morgienne en termes d'affichage, notamment en matière d'affichage libre. Cela pourrait déboucher sur des solutions créatives pour soutenir le tissu économique local, comme des surfaces d'affichage libre réservées aux commerces locaux. La majorité de la commission encourage vivement la Municipalité à explorer de telles possibilités.

La minorité de la commission a également exprimé son inconfort à admettre que la publicité était un outil d'influence puissant. Selon certains commissaires de la minorité, un tel point de vue s'apparente à une minimisation du libre-arbitre des habitant·e·s. La majorité de la commission expose sa profonde divergence vis-à-vis de cette position idéologique. Elle stipule que l'activité d'influence de la publicité est indubitable, puisqu'il s'agit du but même de cette démarche et ne comprend pas que l'on puisse nier cet état de fait. En particulier, la part de la publicité s'adressant aux enfants est en constante croissance. Elle a récemment constaté que pour sa part Mme la Conseillère d'Etat Jacqueline de Quattro ne niait pas le potentiel d'influence de la publicité, allant même jusqu'à exiger l'interdiction des publicités sexistes ou objectificatrices. Projet qui, rappelons-le, est donc bien plus extrême que celui du postulat, qui vise uniquement à proposer de repenser l'affichage.

### **3 CONCLUSION**

Au final, la majorité de la commission a estimé que le postulat, tel qu'amendé ci-après, est raisonnable et présente le mérite de soulever des questions qui permettront au Conseil communal d'obtenir une vue d'ensemble de la situation morgienne, en termes d'affichage public. Il s'inscrit à un instant important de la convention d'affichage qui lie la Ville de Morges à la SGA. Une analyse de la situation paraît donc temporellement pertinente, à fortiori au vu de la durée potentielle de ces conventions, la dernière ayant été conclue pour 21 ans.

Cette détermination favorable est soutenue par de nombreux arguments. Entre autres, la taille du marché, dont le chiffre d'affaire se compte en millions chaque année, semble justifier que l'on prenne le temps de dresser un tableau de la situation, avant de reconduire la convention.

Cet argument prêche aussi en faveur d'une plus grande transparence dans l'attribution du marché. Relevons également que les avancées technologiques ont profondément changé la donne dans le secteur de la publicité, par rapport à la situation de 1999. La majorité de la commission rappelle également que le sujet n'a pas été abordé lors des derniers rapports de gestion et qu'un complément d'information, autant sur la situation actuelle que sur la stratégie envisagée par la Municipalité pour l'avenir ne serait pas excédentaire.

Au vu des profondes transformations prévues dans le tissu urbain morgien ces prochaines années, une réflexion sur le nombre et la disposition des affiches dans l'espace public ainsi que sur l'impact y relatif sur la qualité de ces espaces publics paraît également judicieuse.

En outre, les postulants ont exprimé leur volonté de dépasser leurs positions idéologiques pour aboutir à un projet fondé sur la réflexion et ainsi aller de l'avant. Il a notamment été proposé d'amender le postulat de la façon suivante (p. 2, ligne 3) :

*« Par conséquent et au vu de ces nombreuses raisons, nous demandons à la Municipalité de bien vouloir étudier les propositions suivantes : [...] »*

Cette proposition a été accueillie favorablement au sein de la Commission. En effet, la majorité de la commission relève qu'un postulat n'est pas contraignant et ne vise donc pas à imposer un changement de cap à la Municipalité. Il demande un rapport, ce qui permet de lancer une réflexion sur un sujet et d'étudier des alternatives. Cela devrait permettre à notre Commune de s'engager par la suite avec confiance et avec une pleine connaissance des options qui s'offrent à elle.

Vu ce qui précède, nous vous prions, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir voter les conclusions suivantes :

### **LE CONSEIL COMMUNAL DE MORGES**

- après avoir pris connaissance du rapport de majorité et du rapport de minorité de la commission chargée de l'étude de cet objet,
- considérant que cet objet a été porté à l'ordre du jour,

#### **décide :**

1. de prendre en considération le postulat amendé du groupe PSIG « Pour une politique d'affichage public démocratique ».

au nom de la majorité de la  
commission  
Le rapporteur

Rémi Petitpierre

**Rapport présenté au Conseil communal en séance du 3 octobre 2018.**