

EXTRAIT DU PROCES-VERBAL
DE LA SEANCE DU CONSEIL GENERAL
DU 29 JUIN 2015

- n° 169 de Mmes Elena Strozzi (Verts) et Marine Jordan (PS) et de MM. Andreas Burri (Verts), Frédéric Widmer (PS) et François Ingold (Indépendant), ainsi que de 13 cosignataires, demandant au Conseil communal une nouvelle politique d'affichage public

Mme Elena Strozzi (Verts) résume le postulat ci-après:

"Les signataires demandent au Conseil communal un rapport sur la réaffectation des emplacements réservés à l'affichage des publicités commerciales à d'autres usages, dans le cadre d'une nouvelle politique communale d'affichage urbain. A examiner notamment, s'il est faisable de:

- *renoncer à une publicité commerciale qui encourage une consommation et une croissance illimitée aux conséquences écologiques et sociales hautement problématiques;*
- *ne pas renouveler la convention avec SGA (Société Générale d'Affichage) qui arrive bientôt à terme et qui donne un droit exclusif d'apposer de la publicité par voie d'affichage sur les panneaux prévus à cet effet ou, le cas échéant, qu'un tel nouveau contrat aie une portée limitée à deux ans au maximum, de manière à permettre l'adoption puis l'application d'une nouvelle politique d'affichage;*
- *adresser à la population des messages plus profitables au vivre ensemble que les incitations à la consommation des publicités commerciales qui façonnent en permanence de nouveaux besoins;*
- *mettre en valeur la créativité du tissu artistique et culturel local, en créant des espaces d'exposition à ciel ouvert dont bénéficieraient le réseau muséal de la commune, ainsi que les peintres, photographes, dessinateurs, écrivains, poètes, graphistes, etc.;*
- *promouvoir les initiatives des sociétés locales, des maisons de quartier, des écoles et de l'ensemble des autres acteurs associatifs fribourgeois.*

À l'instar de nombreuses autres communes suisses, la Ville de Fribourg accorde à la SGA (Société Générale d'Affichage) un droit exclusif d'apposer de la publicité par voie d'affichage sur les panneaux prévus à cet effet.

Sont considérées comme publicités commerciales, les affiches louées à toute entreprise à visée lucrative. Ne sont pas concernées par ce postulat, les affiches pour la promotion d'événements culturels, les campagnes de sensibilisation, les affiches à visée caritative, la communication communale et l'affichage politique.

Motivations

- *L'affichage publicitaire rapporte aux caisses communales annuellement 300'000 francs¹. Sur un budget annuel de 252 millions, il ne s'agit donc que de 0,12% du total – et ce chiffre pourrait encore être revu à la baisse en tenant compte des coûts indirects de la publicité (par exemple, en terme de santé communautaire, de prévention du surendettement).*
- *La Ville de Fribourg dispose d'un parc d'environ 400 panneaux, de différents formats, qu'elle loue à la SGA à un prix moyen d'environ 750 francs par an. La SGA reloue ensuite aux entreprises privées ces mêmes surfaces à des tarifs oscillant entre 300 et 600 francs par semaine, c'est-à-dire 20 à 40 fois plus que le tarif initial.*
- *En louant ces surfaces à la SGA, la Ville vend – ou plutôt brade – le regard de ses habitant-e-s, qui sont exposé-e-s à un nombre croissant de stimuli commerciaux sans aucun droit de non-réception. S'il est possible de se protéger de la publicité et des messages qu'elle véhicule en apposant un autocollant sur sa boîte à lettre, en zappant d'un canal à l'autre ou en téléchargeant un logiciel sur Internet, nulle ne peut échapper aux images affichées dans les rues – enfants y compris. Repenser la politique d'affichage en supprimant la publicité commerciale, c'est donc garantir aux usagers et aux usagères de l'espace public une vraie liberté de réception.*
- *L'affichage publicitaire ne porte aucune plus-value à l'économie locale, car ce ne sont pas les petits commerces locaux qui bénéficient de ce canal de communication. Les panneaux publicitaires sont la prérogative d'un nombre restreint de grandes entreprises qui ont les moyens de se les offrir et qui, de fait, monopolisent ce marché. La défense des petits commerces de quartier, pourvoyeurs de liens sociaux et de qualité de vie, ainsi que le soutien à une économie locale et à taille humaine, passent ainsi également par l'abolition de la publicité commerciale.*
- *La Ville de Fribourg est déjà consciente de l'aspect anti-esthétique des panneaux publicitaires. Ceux-ci sont en effet complètement absents de ses itinéraires touristiques (rue de Lausanne, alentours de la Cathédrale, Basse-Ville). Dès lors, il y a lieu de supposer que leur suppression contribuerait à rendre plus agréable le paysage urbain également dans les quartiers où ces publicités à but commercial sont aujourd'hui présentes.*
- *Le postulat s'appuie sur les conclusions d'un rapport de l'ONU sur les droits culturels, publié en 2014 et qui s'inquiète de la présence disproportionnée de publicités et du marketing dans les espaces publics, de la quantité sidérante de messages publicitaires et promotionnels que chacun reçoit chaque jour, de la diffusion systématique et intégrée de ces communications à l'aide d'un grand nombre de médias, et l'utilisation de techniques visant à court-circuiter les modes rationnels de prise de décision²,*

En supprimant la publicité commerciale de l'espace urbain et en se profilant comme ville à vocation artistique et culturelle, Fribourg jouerait un rôle de précurseur à l'échelle nationale et bénéficierait d'un fort retour d'image."

¹ Comptes de fonctionnement de la Ville de Fribourg, 2013

² Rapport Onu sur les droits culturels, août 2014, disponible sous
<http://www.ohchr.org/FR/Issues/droitsculturels/Pages/impactofadvertisingandmarketing.aspx>