**Réponse à l'interpellation de M. Hadrien Buclin :
« Ecrans publicitaires dans les stations du M2 : une aberration écologique »**

Lausanne, le 21 juin 2012

Monsieur le président, Mesdames, Messieurs,

Rappel de l'interpellation

Depuis quelques mois, des écrans vidéo publicitaires ont été installés dans les stations du M2 (Gare, Flon, Riponne) à l'entrée des rames, sur les quais.

Rappelons que la publicité représente une source importante de pollution. La présence d'écrans vidéo décuple cet effet par une consommation continue d'électricité. De plus, il n'est pas certain que la présence de plus en plus insistante de la publicité dans l'espace public corresponde aux vœux des habitants. Ainsi, à en croire un sondage de l'institut allemand GfK sur l'attitude des Européens face à la publicité, il semblerait que pour une majorité écrasante d'Espagnols (88,8%), d'Allemands (83,6%), et de Russes (82,9%) il y ait « trop de publicité ». Pire, beaucoup d'Européens pensent que la publicité ne sert à rien et une écrasante majorité de Français (89%), de Belges (87,8), de Suédois, d'autrichiens et d'Espagnols, estime qu'elle pousse les gens à « acheter des produits dont ils n'ont pas besoin ». Il est douteux que l'avis des Lausannois diffère fondamentalement de l'opinion reflétée par ce sondage.

La présence de ces écrans appelle donc plusieurs interrogations :

- 1) Qui octroie une concession publicitaire à ces emplacements ?*
- 2) Dans l'hypothèse où cette concession est octroyée par les TL, que pense la Municipalité de cette utilisation de l'espace public ? Envisage-t-elle une intervention contre cette utilisation via sa représentation dans le Conseil d'administration des TL ?*
- 3) La Municipalité peut-elle communiquer un bilan énergétique de ces écrans publicitaires ? Estime-t-elle que ces écrans publicitaires participent aux principes de développement durable dont elle se réclame ?*
- 4) La Municipalité n'estime-t-elle pas que ces écrans publicitaires relèvent d'une pratique publicitaire déloyale dans la mesure où ils captent, de manière agressive, l'attention d'usagers qui n'ont d'autre choix que d'attendre le métro à cet emplacement ?*

Hadrien Buclin, La Gauche, 24 avril 2012

Préambule :

Des écrans ePanels (e pour electronic et Panel pour tableau), deux par station, ont été effectivement installés depuis plusieurs mois dans trois stations du m2 : Gare CFF, Flon et Riponne. Ces écrans sont également présents sous divers formats dans les gares CFF de Lausanne, Zürich, Berne, Bâle, Lucerne et Genève.

La Municipalité est d'accord pour dire que tout abus de quelque nature qu'il soit est néfaste et qu'il en va de même de la publicité. Sans revenir sur l'éternel débat, pour ou contre la publicité, s'il est vrai qu'elle peut pousser à acheter des produits dont on n'a pas besoin, il y a lieu d'admettre qu'elle permet parfois de reconnaître ceux dont on a besoin.

Pour revenir aux écrans, ceux présents dans le m2 sont appelés ePanels. Ces surfaces numériques de format vertical (101 X 180 cm), sont des écrans Full-HD-LCD. Ils diffusent des images fixes ou animées qui sont à mi-chemin entre le spot classique télévisuel et l'affiche. Ils sont dépourvus de son et diffusent une succession de messages publicitaires.

Il existe également un autre type d'écrans dans les gares CFF, les eBoards, de dimensions nettement supérieures à celles des ePanels (voir liste annexée). Ces écrans diffusent un mixte de messages publicitaires et d'informations (écrans jusqu'à 60 m²).

Cela étant précisé, la Municipalité répond comme suit aux questions de l'interpellation.

Réponses de la Municipalité**Question 1 :**

Qui octroie une concession publicitaire à ces emplacements ?

Réponse :

Ce sont les *tl* qui octroient la concession publicitaire dans l'enceinte du métro et qui gèrent les types d'espaces publicitaires.

Question 2 :

Dans l'hypothèse où cette concession est octroyée par les TL, que pense la Municipalité de cette utilisation de l'espace public ? Envisage-t-elle une intervention contre cette utilisation via sa représentation dans le Conseil d'administration des TL ?

Réponse :

Les moyens technologiques sont en constante évolution. On peut rappeler que depuis des dizaines d'années, il y existe un ancêtre des ePanels : le scroller. Ces panneaux lumineux dits également « toberone » sont formés de triangles amovibles permettant successivement l'affichage de trois affiches. L'ePanel est donc une évolution logique de la diffusion de la publicité qui est constatée partout dans le monde, aller contre cette évolution paraît bien illusoire. Par conséquent, la Ville ne pense pas intervenir contre cette utilisation d'écrans ePanels, mais sera attentive au résultat de l'étude récemment diligentée par la SGA (voir réponse 3 ci-dessous).

Question 3 :

La Municipalité peut-elle communiquer un bilan énergétique de ces écrans publicitaires ? Estime-t-elle que ces écrans publicitaires participent aux principes de développement durable dont elle se réclame ?

Réponse :

La SGA, concessionnaire des *tl*, nous a communiqué la puissance des ePanels actuellement présents dans les stations du m2, à savoir 0.7 KW (comme dans les gares, les ePanels du métro fonctionnent 18 heures par jour de 6 h à 24 h). Elle nous a également signalé qu'un bureau spécialisé a été mandaté par elle, afin d'établir un bilan énergétique de ces écrans. Ce dernier étudiera la consommation énergétique et mettra aussi en rapport les différentes économies faites sur la logistique ainsi que les coûts de production. Le résultat de cette étude devrait être remis à la SGA dans le courant du mois de septembre 2012. Après analyse, la SGA prendra toutes les mesures utiles pour optimiser le bilan énergétique de ces écrans.

Sans attendre le résultat de cette analyse, on peut déjà affirmer que ces écrans qui diffusent de multiples messages pourraient, à terme, permettre de diminuer le nombre de panneaux d'affichage. En effet, il faut savoir qu'un écran remplaçant un panneau « papier » supprime la colle, le papier, les déplacements motorisés pour changer les affiches, etc. mais, il est vrai... également le travail des colleurs d'affiches.

Question 4 :

La Municipalité n'estime-t-elle pas que ces écrans publicitaires relèvent d'une pratique publicitaire déloyale dans la mesure où ils captent, de manière agressive, l'attention d'usagers qui n'ont d'autre choix que d'attendre le métro à cet emplacement ?

Réponse :

La captation du regard des usagers dans les stations du métro, lieux pratiquement clos, est inévitable. En ce sens, quel que soit le support, la publicité dans les stations du m2 bénéficie effectivement d'une visibilité accrue par rapport aux panneaux situés dans les rues. Néanmoins, chacun ayant le libre arbitre de regarder ou non les panneaux d'affichage ou les ePanels, cette pratique ne nous semble pas déloyale.

En conclusion, nous pouvons dire que si, comme toute évolution, la présence des ePanels dans le métro m2 peut susciter des réactions diverses, la Municipalité sera, en ce qui la concerne, particulièrement attentive aux aspects énergétiques induits par à l'évolution technologique de l'affichage.

Au nom de la Municipalité :

Le syndic :
Daniel Brélaz

Le secrétaire :
Christian Zutter

Annexe : liste des ePanels et eBoards actuellement présents dans les gares CFF et le m2

Liste des ePanels et eBoards actuellement présents dans les gares CFF et le m2

ePanels

Les ePanels sont des écrans Full-HD 82 pouces (diagonale de l'image sur plus de 2 m), placés à hauteur d'homme, au format vertical 9:16.

Les messages publicitaires animés sont diffusés sur ces écrans, en alternance et de manière synchronisée. Les émissions durent 18 heures par jour, de 6h à 24h. Chaque ePanel-Spot passe toutes les 60 secondes (réservation minimale 1 jour/1gare).

Gares CFF

Bâle	7 ePanels
Berne	6 ePanels
Genève	6 ePanels
Lausanne	5 ePanels
Lucerne	6 ePanels
Zürich	13 ePanels

Stations m2

Gare	2 ePanels
Flon	2 ePanels
Riponne	2 ePanels

eBoards

Les eBoards sont des écrans LCD de diverses tailles.

Des informations, des actualités régionales, nationales et internationales et des messages publicitaires animés sont diffusés sur ces écrans, en alternance et de manière synchronisée. Les émissions durent 18 heures par jour, de 6 h à 24 h. Chaque PosterSpot passe toutes les trois minutes pendant les blocs publicitaires. En cas de réservations de réseau, la diffusion dure au moins sept jours, du lundi au dimanche.

Bâle	1 eBoard	14 m ²
Berne	1 eBoard	10 m ²
	1 eBoard	10 m ²
Genève	1 eBoard	17 m ²
	1 eBoard	10 m ²
Lausanne	1 eBoard	10 m ²
Lucerne	1 eBoard	10 m ²
Zürich	1 eBoard	60 m ²