

# Conseil communal de Lausanne

---

**Initiative :**                   postulat  
**Titre :**                        Lausanne sans publicité commerciale  
**Initiant-e(-s) :**       Franziska Meinherz Laisser vide

---

Lausanne s'est dotée d'un Plan Climat qui vise à réduire à zéro les émissions de gaz à effet de serre directes de la ville au plus tard en 2050. Or, les émissions directes ne sont qu'un quart des émissions totales de la Ville de Lausanne. Dès lors, il est essentiel de s'attaquer également aux émissions indirectes. Plus que la moitié des émissions totales de la Ville de Lausanne sont issues de la consommation. C'est dans ce contexte que se pose la question de la publicité commerciale. Le Conseil Municipal de Genève a voté en faveur d'une interdiction de la publicité commerciale en septembre 2021 et adopté le règlement correspondant en janvier 2022, car, pour citer la députée socialiste Olivia Bessat-Gardet, il n'en voulait plus «d'une société qui fait la promotion de la consommation, de vendre pour vendre». En effet : tout comme l'interdiction de publicité à caractère sexiste, effective dans le Canton de Vaud depuis 2020, vise à lutter contre le sexisme en bannissant de l'espace public des images et messages sexistes, l'interdiction de la publicité commerciale vise à lutter contre la surconsommation en bannissant de l'espace public des images et messages qui visent à inciter la population à consommer pour consommer.

Avec l'adoption de l'initiative Zéro Pub par son Conseil Municipal, Genève pourrait ainsi suivre l'exemple de Mont-sur-Lausanne, qui a déjà interdit la publicité commerciale il y a quelques années, pour «préservé la qualité du paysage et prévenir qu'il y ait de la pollution visuelle», comme l'a affirmé à l'occasion le syndic PLR Jean-Pierre Sueur. La publicité commerciale est également déjà interdite à Grenoble, Bergen, et dans 1300 autres municipalités dans le monde entier. Il est grand temps que Lausanne suive ces exemples.

L'interdiction de la publicité commerciale est non seulement une mesure de lutte contre la surconsommation et ainsi pour la réduction de l'empreinte écologique de Lausanne. C'est également une mesure en faveur de l'économie locale : ce sont principalement les grandes entreprises de vente en ligne, les grandes marques ou encore des prestataires de services tels qu'Easyjet qui ont les moyens nécessaires pour des campagnes publicitaires dans l'espace public. Les prix exorbitants de la société privée APG / SGA sont hors de portée des artisan·ne·x·s et commerçant·e·x·s lausannois. Leur présence dans notre ville est invisibilisée par les affiches qui placardent l'espace public.

Une ville sans publicité commerciale, c'est une ville qui se dote d'un espace public qui est un «lieu de création du lien social, de rencontres des singularités mais aussi propice à la rêverie libre de tout formatage», comme l'a affirmé le Conseiller municipal du Mont Philippe Somsy dans une tribune publiée dans le 24heures en septembre 2020. C'est ce que vise le présent postulat. Interdire la publicité commerciale, c'est libérer de l'espace pour d'autres formes d'expression et de communication dans l'espace public. C'est libérer de l'espace pour que les acteurs·trice·x·s culturelles, associatives, politiques et citoyennes puissent s'exprimer. La population, au lieu d'être confrontée sans merci à des publicités qui visent à instaurer un sentiment de manque et d'insatisfaction, sera ainsi mieux informée des activités culturelles, artistiques, politiques etc. qui font vivre notre ville.

# Conseil communal de Lausanne

---

## Conclusions :

Le présent postulat invite la Municipalité à étudier l'opportunité de mettre en œuvre une politique cohérente de gestion de l'affichage, en appliquant les principes suivants :

1. privilégier la qualité du paysage urbain lausannois en libérant l'espace public de la publicité commerciale par voie d'affichage, en résiliant ou adaptant les contrats existants avec les sociétés commerciales d'affichage ;
2. faciliter la mobilité de tout·e·x·s, en particulier des personnes en situation de handicap, en supprimant les panneaux qui font obstacle aux déplacements par leur emprise physique sur les espaces piétonniers ;
3. mettre à disposition des associations et institutions locales des panneaux permettant la communication par voie d'affichage de leurs informations et activités, ainsi que d'évènements artistiques et culturels ;
4. mettre à disposition des habitant·e·x·s des panneaux vierges destinés à l'expression libre, citoyenne et artistique ;
5. conserver un équilibre entre expression libre et publicité associative, caritative, culturelle et événementielle sur l'espace public réservé à cet effet, en facilitant son accessibilité aux organisations à but non lucratif ;
6. remplacer des panneaux d'affichage par des arbres là où cela est cohérent avec le principe énoncé sous le point 2.
7. Interdire les panneaux d'affichage lumineux car ils sont incompatibles avec l'objectif de zéro émissions directes et la nécessité d'une sobriété énergétique qui en découle.
8. S'engager, au travers de sa participation dans le conseil d'administration des t-l, pour la suppression de la publicité commerciale dans les rames, véhicules, stations et arrêts des t-l.

Lausanne, le 14 février 2022

Signataire(s) :

Céline Misiego



Franziska Meinherz



Oleg Gafner

