

**Postulat - Yverdon sans publicité commerciale : libérons la ville du royaume de la consommation !**

Madame la Présidente, Mesdames, Messieurs,

Noam Chomsky écrit dans *La Fabrication du Consentement*: « si l'on veut transformer les gens en consommateurs décervelés pour qu'ils ne gênent pas le travail quand on réorganise le monde, on doit les harceler depuis leur plus tendre enfance.»

C'est aujourd'hui la fonction de la publicité commerciale. Véritable fléau, trop peu questionné, la publicité pollue les villes et les esprits en placardant à celles et ceux qui côtoient la ville, l'injonction à la consommation de masse. Nos villes, plutôt que d'être des espaces de rencontres, d'échanges, d'activités, de bien-être ou de démocratie, sont les vitrines d'une société marchande à la racine du problème environnemental et climatique ainsi que de nombreuses inégalités sociales.

Depuis quelques années, fleurissent dans diverses villes des initiatives pour retirer l'affichage commercial de l'espace public : à Grenoble, le maire a banni les publicités commerciales de l'espace public depuis 2014, tout comme Bergen, Sao Paulo et 1300 autres municipalités dans le monde. À Genève depuis le mois de septembre dernier, l'initiative citoyenne contre la publicité commerciale, après que le Tribunal fédéral a validé la compétence communale en la matière, a été acceptée en septembre par le législatif de la Ville de Genève. Le Tribunal fédéral valide en août dernier la compétence communale d'une action législative communale contre la publicité et considère l'action anti-publicitaire légitime, la lutte contre la surconsommation étant considérée par le juge comme un intérêt public qui rend légitime de restreindre la liberté économique.

Chaque jour, une personne verrait entre 1 200 et 2 200 messages publicitaires et subirait 15 000 stimuli commerciaux. Une étude publiée en 2018 démontre une hausse de 6,79 % du niveau global de consommation entre les années 1976 et 2006 due à la publicité<sup>(1)</sup>. Voiture, smartphones, produits carnés, voyages en avion... Ces pubs créent à la fois des dégâts environnementaux mais aussi des dégâts sociaux et psychologiques comme le stress, la comparaison, l'insatisfaction... moteurs psychologiques de la consommation. Or, nos vies ne sont pas les plans marketing des multinationales. Aujourd'hui, aucune mesure n'est prise pour faire taire ce marketing qui nuit au climat et à la vie des gens. Pour lutter contre le dérèglement climatique, il ne s'agit pas aujourd'hui de fustiger le consommateur. Il s'agit pour nos collectivités publiques de travailler à la racine du problème. Il ne peut donc y avoir d'action climatique sincère sans travailler à stopper l'emprise des agents de la surconsommation sur nos espaces publics.

De plus, la publicité ne profite qu'aux grandes entreprises et ne sert pas aux artisan-ne-s : nous avons toutes et tous ici une idée des prix pharaoniques des affichages de la Société privée SGA par notre expérience commune des campagnes politiques. Il n'est pas question de nuire à l'économie locale, étant constaté que ce sont en grande majorité les grandes entreprises qui affichent leurs produits dans nos villes. Au niveau des finances publiques, les revenus à la commune de la société générale d'affichage sont projetés pour 2021 à Yverdon-les-Bains à 130'000.- C'est un montant très modeste. Nous pouvons vivre sans : dans le contexte de l'urgence climatique, il semble rationnel de ne pas sacrifier nos vies et notre planète pour un intérêt économique de faible importance.

Pour que nos villes fassent enfin de la place à la démocratie, à la nature et au vivre ensemble ; pour jouer un rôle d'exemplarité en matière d'écologie, et puisqu'il est temps de mettre fin au royaume de la consommation qui éteint notre planète, nous demandons à la Municipalité d'étudier l'opportunité de mettre en place une politique cohérente de gestion de l'affichage, dans le respect de la législation cantonale, en appliquant les principes suivants :

1. interdiction de l'affichage commercial sur le domaine public; la municipalité prévoit l'adaptation des contrats existants avec les sociétés commerciales d'affichage
2. 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'événements artistiques, culturels et sportifs ;
3. mettre à disposition des habitant-e-s des panneaux vierges destinés à l'expression libre, citoyenne et artistique;
4. faciliter la mobilité de tou-te-s, en particulier les personnes en situation de handicap, dont les malvoyant-e-s, en supprimant les panneaux qui font obstacle aux déplacements par leur emprise physique sur les espaces piétonniers;
5. conserver un équilibre entre expression libre et publicité associative, caritative, culturelle et événementielle sur l'espace public réservé à cet effet, en facilitant l'accessibilité aux organisations à but non lucratif.
6. étudier le remplacement des panneaux d'affichages supprimés par des arbres.

Mathilde Marendaz

Pour le groupe Vert-e-s et solidaires