

Motion du 17 janvier 2017 de Mmes et MM. Joris Vaucher, Simon Gaberell, Sandrine Burger, Uzma Khamis Vannini, Alfonso Gomez, Laurence Corpataux, Jean Rossiaud et Marie-Pierre Theubet: «Moins de publicité et plus de créativité: pour une trêve publicitaire annuelle de deux semaines».

(renvoyée à la commission de la sécurité du domaine public, de l'information et de la communication par le Conseil municipal lors de la séance du 27 septembre 2017)

PROJET DE MOTION

Considérant que:

- l'on peut considérer les affiches publicitaires comme une pollution visuelle dans l'espace public;
- cette publicité véhicule souvent des stéréotypes, nous pousse à la surconsommation et nous manipule;
- l'affiche publicitaire dans l'espace public est imposée au regard des habitant-e-s, dans la mesure où sa visualisation n'est pas facultative;
- l'appropriation d'affiches vierges par les habitant-e-s en janvier 2017 (lors du changement de concession d'exploitation des espaces d'affichage de la Ville) créa une grande «exposition en plein air», spontanée et plaisante à regarder;
- cet «événement en plein air» fut pour beaucoup une bouffée d'oxygène, une pause artistique face à cette omniprésence de la publicité;
- cela a permis de créer une réflexion et un débat sur le sujet de la publicité dans l'environnement urbain;
- il serait bien que les habitant-e-s puissent profiter d'un espace d'expression libre dans l'espace public;
- une trêve d'affiches publicitaires chaque début d'année deviendrait un rendez-vous de l'expression citoyenne et artistique dans le domaine public, une grande exposition par toutes et tous et pour tous les goûts,

le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- d'instaurer une trêve publicitaire annuelle de deux semaines sur les espaces d'affichage appartenant à la Ville;
- de faire en sorte que des affiches blanches soient collées sur ces espaces d'affichage et d'inviter la population à les utiliser.