

22 juillet 2019

**Rapport de la commission de la sécurité, du domaine public, de l'information et de la communication chargée d'examiner la motion du 17 janvier 2017 de M<sup>mes</sup> et MM. Sylvain Thévoz, Albane Schlechten, Emmanuel Deonna, Christiane Leuenberger-Ducret, Grégoire Carasso, Jannick Frigenti Empana, Ahmed Jama, François Mireval, Virginie Studemann, Olga Baranova et Régis de Battista: «Pour que la créativité s'affiche en ville de Genève».**

**Rapport de M. Michel Nargi.**

Cette motion a été renvoyée à la commission de la sécurité, du domaine public, de l'information et de la communication lors de la séance plénière du Conseil municipal du 14 novembre 2018. La commission s'est réunie le 11 avril 2019, sous la présidence de M<sup>me</sup> Hélène Ecuyer. Les notes de séance ont été prises par M. Lucas Duquesnoy, que nous remercions pour la qualité de son travail.

#### *PROJET DE MOTION*

En raison d'un changement d'exploitation, la plupart des 3000 panneaux publicitaires de la ville de Genève ont été recouverts de blanc, début janvier 2017. Les Genevois et les Genevoises se sont alors spontanément approprié ces espaces vierges, démontrant que l'espace public peut être un lieu d'expression, de créativité et de partage, et que si l'on retire un peu la publicité et que l'on ne sanctionne pas immédiatement la créativité, celle-ci donne lieu à de très belles manifestations.

Considérant:

- les restrictions sur l'affichage dit sauvage et les tags poursuivis sans relâche;
- la légitimité à vouloir créer, écrire, peindre et laisser une trace dans une société de plus en plus dématérialisée;
- le bienfait pour une collectivité d'avoir des lieux d'expression dans l'espace public;
- la plus-value d'une activité artistique et le sentiment d'appartenance à la collectivité que cela procure;
- la liberté de faire ou de ne pas faire la découverte du cadre;
- l'importance ethnographique de documenter les dessins, les traces et les peintures que les Genevois et les Genevoises déposeraient librement sur ces espaces blancs,

le Conseil municipal demande au Conseil administratif, dans le cadre d'un projet pilote, de mettre à la disposition de la population des panneaux vierges de toute trace dans l'espace public pour y créer et documenter librement des peintures, des traces ou des graffitis qui y seront déposés, ainsi que d'effectuer un premier bilan de ce projet, après six mois d'exercice, qui sera transmis au Conseil municipal.

### **Séance du 11 avril 2019**

#### *Audition de M. Emmanuel Deonna, motionnaire*

M. Deonna entame sa présentation en rappelant l'épisode durant lequel les panneaux publicitaires de la Ville étaient restés blancs, et note qu'il est mieux d'encadrer ces lieux d'expression au vu de l'engouement des Genevois pour ces espaces créatifs. Il existe également une motion qui se pose la question de la créativité libre des citoyens dans l'espace public.

Une initiative Zéro pub a abouti il y a de cela un an. La Chambre constitutionnelle de justice a fini par la valider. Lorsque le Conseil d'Etat se sera exprimé sur l'initiative, la population pourra voter.

#### *Questions des commissaires*

Un commissaire rappelle que l'entreprise Neo Advertising est responsable des contrats d'affichage publicitaires de la Ville. Or, il se demande qui devrait assurer la surveillance et émettre les règles concernant ces espaces, et si cela ne suppose pas la mise en place de services supplémentaires.

M. Deonna note que le besoin d'encadrement n'est pas un argument pour rejeter l'intention de cette motion qui souhaite avant tout favoriser l'expression créative nécessaire. Le problème de l'affichage publicitaire actuel est qu'il véhicule des messages extrêmement problématiques. Le matraquage publicitaire contribue à véhiculer certaines visions de la société chez les jeunes, particulièrement exposés à la société. Une initiative a été lancée pour la protection des enfants et des jeunes contre l'alimentation industrielle. Le canton de Vaud a pris des mesures drastiques contre la publicité sexiste. Le risque est de survaloriser la surconsommation. La Suisse consomme fortement et la publicité y est pour beaucoup. M. Deonna se dit tout à fait favorable à reconsidérer la place de la publicité commerciale en Ville, en la remplaçant en partie par de l'affichage associatif. Cette motion a pour but de favoriser l'expression artistique, tout en l'encadrant par des fonctionnaires de la Ville. L'idée serait de créer un service dédié à la gestion de ces espaces.

Un commissaire note que la motion n'évoque à aucun moment la publicité et s'étonne de l'entendre mentionnée dans la présentation de ce soir. Il rappelle également que seulement 300 panneaux ont une visée publicitaire en ville.

M. Deonna rappelle que la motion est apparue dans le cadre du renouvellement de la concession publicitaire de la Ville, moment où les panneaux publicitaires se trouvaient vides. Cette motion souhaite précisément permettre aux habitants de se réapproprier l'espace public. Elle demande un rééquilibrage drastique de la proportion de publicité commerciale.

Le commissaire réitère que cette motion ne parle pas de la publicité selon lui. Il aimerait savoir ce que signifie «la liberté de faire ou de ne pas faire la découverte du cadre».

M. Deonna explique qu'il s'agit là d'une volonté de sortir des normes sociales imposées par le cadre de la société, que les individus puissent sortir du cadre extrêmement normatif formulé par les affiches publicitaires mercantiles.

Le même commissaire souhaite savoir si «la plus-value de l'activité artistique» permettrait de renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté genevoise.

M. Deonna lui répond que cette initiative permet d'encourager des interactions positives au sein de l'espace public, en favorisant l'émergence de messages inclusifs.

Le commissaire vert rappelle que les panneaux n'ont pas besoin d'être vierges pour être contraires au respect de la loi, rappelant notamment comment des affiches politiques ont pu aller à l'encontre de la loi, ou du moins des normes admises du respect de l'autre. Il demande pourquoi la motion ne précise pas un peu la façon dont elle entend libérer ces espaces d'expression de l'affichage publicitaire.

M. Deonna lui répond que proposer un moratoire ou une trêve n'est pas suffisant pour trouver des solutions sur le long terme, et qu'il s'agit plutôt de mettre en place cette liberté d'expression sur une certaine période pour pouvoir en tirer un bilan, d'avoir des actions concrètes.

Une commissaire revient sur la pollution de l'espace public par des publicités privées. Elle note que l'absence de publicité donne naissance à de l'expression visuelle spontanée. Cependant l'espace public peut aussi être investi par des messages religieux, notamment des citations issues de la Bible.

M. Deonna rappelle que la motion est partisane du pluralisme à tous les niveaux, et que tant que la créativité exprimée à travers ces œuvres n'atteint pas la dignité des citoyens, elle est favorable à l'expression artistique libre.

Un commissaire se demande si la motion n'a pas réagi trop vite à une réaction des citoyens très précise face à une situation particulière, et s'il ne faudrait pas plutôt créer des espaces d'expression artistique spontanée, au lieu d'utiliser les panneaux existants.

M. Deonna lui répond que des réactions spontanées ont souvent permis d'apporter le changement. Il serait intéressant de s'inscrire dans une durée pour pouvoir observer les réactions des citoyens sur le long terme.

Un commissaire s'interroge sur cette présentation et se demande si elle représente vraiment l'avis de l'ensemble des signataires.

M. Deonna note que cette motion répond à une situation et une analyse par rapport à la réaction observée.

#### *Discussion et vote éventuel*

La présidente aimerait savoir quelle suite la commission souhaite donner à cette motion, et demande le report du vote.

La commission demande le vote sur le report du vote de la motion, qui est refusé par 9 non (2 PDC, 3 PLR, 1 UDC, 2 MCG, 1 S) contre 6 oui (2 EàG, 3 S, 1 Ve).

La motion est votée directement, sans discussion. Elle est refusée par 8 non (2 MCG, 1 UDC, 3 PLR, 2 PDC) contre 7 oui (2 EàG, 4 S, 1 Ve).