

24 mai 2012

Réponse du Conseil administratif à la motion du 20 janvier 2010 de MM. Grégoire Carasso, Christian Lopez Quirland, Roger Michel, Endri Gega, Gérard Deshusses, Christophe Buemi, M^{mes} Annina Pfund, Andrienne Soutter, Christiane Olivier, Nicole Valiquer Grecuccio, Corinne Goehner-Da Cruz, acceptée par le Conseil municipal le 2 avril 2012, intitulée: «Boris est sous Prozac, il déprime et envisage de passer aux drogues dures...»

TEXTE DE LA MOTION

Le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- un bilan complet et critique de l'action du Conseil administratif en matière de salubrité publique;
- la libération de Boris et sa réintégration dans son biotope naturel;
- le maintien des prestations publiques concernant la levée des ordures des entreprises. Le recours à l'amende (sanction progressive en cas de récidive) pour les entreprises lorsqu'elles ne respectent pas les conditions du service public;
- un bilan complet et critique de l'action du Conseil administratif sur les dépôts sauvages en comparant les résultats obtenus par les villes d'Onex, de Genève et de Lausanne;
- de faciliter les échanges de meubles entre habitants de la ville de Genève plutôt que leur élimination.

RÉPONSE DU CONSEIL ADMINISTRATIF

La législature 2007-2011 a été pour le Conseil administratif une opportunité de regrouper et renforcer les compétences de la Ville de Genève en matière de sécurité et de nettoyage de l'espace public, en les regroupant au sein du département de l'environnement urbain et de la sécurité (DEUS). Il s'agissait, et il s'agit toujours, d'investir sur l'efficacité des services proposés à la population ainsi que sur la qualité de l'entretien du mobilier urbain et des surfaces. Augmenter la responsabilisation des Genevoises et des Genevois sur la propreté de l'espace public a été, et demeure, un objectif majeur de cette stratégie. La conduite de plusieurs campagnes d'information et de sensibilisation sur les problèmes de tri, de débarras sauvages et de mégots visait à modifier le comportement de la population en matière de propreté et salubrité. L'intégration du Service des espaces verts (SEVE) dans le département, en 2011, a donné un nouvel élan à ce dispositif.

Le Conseil administratif a travaillé sur trois volets: la logistique, la communication, la répression.

1. Améliorer l'environnement urbain et le sentiment de sécurité des habitantes et des habitants

Dès 2008, le DEUS s'est attelé à améliorer l'environnement urbain. En 2009, une vaste campagne a été lancée avec comme slogan «Un esprit neuf (9) pour une ville nette».

a) Nouvelles poubelles

Le changement de contenants pour les corbeilles à déchets est parti du constat que les anciennes corbeilles grillagées orange étaient peu hygiéniques, de contenance inadaptée (35 litres = trop petites) ce qui entraînait des débordements fréquents, des levées trop nombreuses et peu économes en déplacements de véhicules. Le Service Voirie – Ville propre (VVP) a donc installé de nouvelles corbeilles à déchets de plus grande capacité (110 litres) et plus visibles (sacs jaunes) de manière à limiter le volume de déchets au sol et optimiser le nombre de levées.

Bilan: Ces poubelles ont rempli leur objectif: volume de déchets récoltés multiplié par trois.

b) Nouvelles caissettes à journaux

Il s'agissait là de régler le problème des nombreuses caissettes à journaux vétustes et disparates qui encombraient l'espace public. Le partenariat mis en place avec les éditeurs de journaux a permis au Service de la sécurité et de l'espace publics (SEEP) de proposer un modèle uniforme et harmonisé de caissettes, puis de règlementer leur implantation.

Bilan: Uniformisation de l'ensemble des caissettes à journaux et de leur gestion par le SEEP.

c) Lutte contre l'affichage sauvage

L'utilisation anarchique des surfaces d'affichage pour promouvoir des événements de tout type avait atteint des sommets. Chacun y allait de son affiche sur les murs, les poteaux et les arrêts de bus. Il a donc fallu, dans un premier temps, effectuer un nettoyage complet de la ville. Puis, en partenariat avec la société Affichage Vert, quelque 800 surfaces A2 et 25 surfaces F12 ont été mises à disposition pour de l'affichage libre. Cette opération a été assortie d'un renforcement

de la répression, en application des dispositions légales votées par le peuple en mars 2007 relatives à l’affichage non commercial.

Bilan: Mise à disposition d’espaces pour l’affichage libre et éradication de l’affichage sauvage.

d) *Lutte contre les tags*

Dans le même temps, il fallait trouver une solution à la problématique des tags: pollution visuelle verticale qui dégrade l’environnement urbain et génère un sentiment d’insécurité. Un important travail de recensement a permis d’identifier environ 50 000 m² de surfaces taguées. S’en est suivi un nettoyage quasiment complet de tous les quartiers de la ville. Enfin, la Ville a servi d’incitateur entre des entreprises spécialisées dans le nettoyage des tags et les propriétaires d’immeubles, amenant ces derniers à contracter une assurance antitags.

Bilan: Aujourd’hui, près de 1000 contrats ont été signés. Le nombre de surfaces taguées a diminué de 50 000 à environ 15 000 m². Un vaste réseau de détection a été mis en place entre les différents intervenants (propriétaires, sociétés de nettoyage, police municipale, unité gestion des incivilités (UGI) de VVP).

Depuis 2011, l’UGI est opérationnelle sur le terrain. Une équipe de six ouvriers arpente la ville pour nettoyer systématiquement le mobilier urbain et, si nécessaire, intervient ponctuellement (tags lors de manifestation, demandes urgentes, etc.).

2. Responsabiliser la population: campagnes de communication

Pour atteindre ses objectifs, VVP doit miser sur la capacité de la population à modifier son comportement, notamment en matière de tri des déchets et de respect de l’espace public. Les campagnes de communication sont donc primordiales pour atteindre cette cible. Pour être visibles, ces campagnes doivent se déployer largement sur des supports nombreux et variés. Les grandes villes de Suisse évaluent à environ 2% de leur budget les moyens en communication. En 2007, VVP consacrait 0,5% (250 000 francs) de ses ressources de fonctionnement à informer et à sensibiliser. C’est pourquoi, une demande de budget supplémentaire a été faite pour 2009 afin de lancer une opération d’information d’envergure. Pour rappel, les campagnes 2009 ont représenté 1,8% (900 000 francs) du budget du service. Pour 2012, VVP dispose de 0,8% (400 000 francs).

a) *Les débarras sauvages*

La prolifération des débarras sauvages dans de nombreux quartiers de la ville exigeait de lancer un message fort auprès de la population en lui rappelant le service d’appel gratuit (2009) mais également les amendes infligées en cas

d'infractions (2010). Ces campagnes se sont accompagnées d'un renforcement de la logistique (plus de camions pendant la durée des campagnes, partenariat avec Partage) et de la répression.

Depuis 2011, une équipe de contrôleurs et contrôleuses du domaine public parcourt la ville afin de sensibiliser, informer, avertir et enfin dénoncer les personnes qui déposent leurs déchets sauvagement dans la rue.

Bilan: Diffusion à grande échelle du numéro gratuit et augmentation du nombre de rendez-vous téléphoniques.

La situation n'est toujours pas satisfaisante dans ce domaine et une enquête a été lancée afin de trouver de nouvelles pistes d'actions.

b) *Mégots de cigarettes*

La problématique des mégots est devenue de plus en plus importante au fil des années, en particulier depuis la loi d'interdiction de fumer dans les lieux publics. Ce constat est le même dans toutes les villes suisses. En 2010, après l'instauration de la loi, VVP a décidé de sensibiliser la population à ce déchet très polluant en lançant une campagne de sensibilisation et d'information sur le sujet.

Bilan: Distribution de plus de 40 000 cendriers de poche. Cette campagne a rencontré un gros succès au point que VVP a décidé de la rééditer cette année.

c) *Tri des déchets*

Après plusieurs campagnes sur la responsabilisation des citoyens en matière de propreté et de salubrité, VVP a lancé une opération sur le tri des déchets en 2011. Il faut relever que Genève est un mauvais élève en la matière. Tandis que le taux de recyclage des déchets en Suisse se situe aux alentours de 50%, celui de la ville de Genève stagne en dessous de 40% (34,5% en 2011).

La communication dans ce domaine est déterminante. Il faut rappeler que le Canton, dans son dernier plan de gestion des déchets, souhaite atteindre un taux de 50% d'ici 2015.

Bilan: Augmentation constante du volume de déchets recyclés depuis 2006. Volonté d'offrir des nouveaux modes de collecte pour favoriser le tri (projet FUSIO, cf. ci-après).

d) *Journées citoyennes*

Depuis 2009, VVP a mis en place des «journées citoyennes». Il s'agit de donner la possibilité à des entreprises et associations de participer à une action communautaire en faveur de la ville, en responsabilisant leur personnel sur le respect

de la propreté et de la salubrité de l'espace public. Aujourd'hui, ce sont 12 journées citoyennes qui ont déjà été organisées dont la plus retentissante a été celle de Procter & Gamble, entreprise qui a mobilisé 500 membres de son personnel pour nettoyer les abords de la rade et ses alentours.

Bilan: Ces journées commencent à rencontrer un certain succès et des demandes parviennent régulièrement à VVP.

e) *Viabilité hivernale: responsabilisation des concierges, des citoyennes et citoyens*

Chaque saison hivernale est pour VVP l'occasion de rappeler aux concierges leurs obligations en relation avec la loi cantonale F3 15.04 mais également d'informer la population sur ses devoirs: s'équiper avec le matériel d'hiver (pneus neige, bonnes chaussures), limiter les déplacements en deux-roues, etc.

Bilan: Mise en place d'un «plan com' neige» et meilleure information à la population lors de fortes chutes de neige.

f) *Littering*

Beaucoup d'emballages de boissons et de repas à l'emporter, de mégots de cigarettes et d'autres déchets finissent par terre et non dans la poubelle. Ce phénomène, à savoir l'abandon de déchets sur la voie publique (dit aussi «littering»), augmente considérablement les frais de nettoyage des communes, salit l'espace public et dérange la population. Campagnes de sensibilisation et partenariat avec les commerces figurent parmi les solutions utilisées.

A ce titre, la mise en place des éco-contrats avec des entreprises de la place est un exemple d'incitation. Citons notamment la suppression des sacs plastique en bout de caisse de la Migros.

A l'été 2012, une campagne de sensibilisation sera lancée afin de susciter un changement de comportement dans ce domaine.

Bilan: Sensibilisation et participation d'entreprises par la mise en place d'éco-contrats.

g) *Recyclage des piles*

Les Suissesses et les Suisses comptent parmi les plus gros utilisateurs de piles au monde, avec une consommation de 10 à 12 piles par habitant et par an, soit près de 80 millions de piles par année.

Les piles sont des concentrés de métaux lourds et de produits chimiques toxiques qui ne se décomposent pas et polluent. Les incinérer est très polluant,

nocif et dangereux à long terme pour la santé publique et pour l'environnement. Malgré tout, beaucoup trop de piles se retrouvent encore dans les poubelles. C'est pourquoi une campagne d'information sera lancée à l'automne 2012 (campagne d'affichage, distribution de boîtes pour collecter les piles, installation de nouveaux collecteurs sur les sites de récupération). Un rappel des obligations des commerçants de reprendre ce type de déchets serait également prévu.

Bilan: Organisation d'une campagne de sensibilisation.

3. Responsabiliser les commerces et entreprises

Le projet, actuellement interrompu, consistait à mettre progressivement un terme à la levée, par le service public, des déchets des commerces et entreprises, obligeant ces derniers à contracter avec des sociétés privées, ceci en application du principe de la législation fédérale «pollueur = payeur». Aujourd'hui, les commerces et entreprises de la place bénéficient d'une tolérance prévue dans le Règlement communal sur la gestion des déchets. La suppression de cette tolérance constitue un levier d'incitation à améliorer le tri de leurs déchets. Ce projet devait s'effectuer par étapes successives, afin de modifier progressivement les habitudes des entreprises:

1. Identification des déchets des entreprises (sacs de couleur distincte).
2. Contrôles actifs sur le terrain.
3. Suppression de la tolérance.
4. Report de la levée sur les transporteurs privés.

Considérant que ce transfert porterait atteinte au monopole qu'il délègue aux communes, le Canton n'a pas validé le projet et n'a pas encore donné suite aux nombreuses relances de la Ville de Genève sur ce sujet.

Aujourd'hui, cette absence de position cantonale empêche la mise en application d'un projet visant à responsabiliser les commerces et les entreprises sur la gestion de leurs déchets.

4. Améliorer la gestion des déchets et le nettoyage de l'espace public: programme HERCULE

Depuis 2011, VVP s'est lancé dans un vaste programme d'amélioration de la gestion des déchets et du nettoyage de l'espace public. A ce titre, 12 projets ont été définis, notamment:

- a) *OZIAZ: Propreté intégrée en Ville de Genève*

Les objectifs de ce projet sont:

- optimiser la gestion du domaine public;
- augmenter l'efficacité des deux services impliqués, VVP et SEVE;
- prendre en charge le nettoyage par VVP des parcelles à faible dimension horticole actuellement sous la responsabilité du SEVE.

L'arrivée du SEVE au sein du DEUS en juin 2011 a été l'occasion d'initier une réflexion sur la gestion du nettoyage de l'espace public et sur la répartition des missions avec VVP.

En effet, le SEVE effectue une part importante des travaux de nettoyage au détriment des tâches horticoles, alors que VVP, dont l'une des missions principales est le nettoyage des voiries, est présent à proximité de nombreux espaces verts.

Un groupe de projet, composé de représentantes et représentants des deux services a étudié les différentes variantes possibles et, en novembre 2011, le Conseil administratif a validé le principe de la reprise du nettoyage des petits espaces verts par VVP et le maintien du nettoyage des grands parcs par le SEVE, selon les échéances suivantes:

- 1^{er} juin 2012: prise en charge du nettoyage des espaces verts de la rive gauche par VVP;
- 1^{er} septembre 2012: prise en charge du nettoyage des espaces verts de la rive droite par VVP.

b) *FUSIO: sites enterrés pour la collecte des ordures ménagères*

Les objectifs de ce projet sont:

- inciter la population au tri des déchets;
- optimiser les transports de déchets;
- améliorer sensiblement l'esthétique des sites de récupération;
- diminuer la pollution sonore et visuelle (suppression des conteneurs et des sacs devant les immeubles).

Un nombre croissant de villes suisses et européennes ont déjà entrepris ou envisagent le remplacement de la levée au porte-à-porte par des points de collecte de quartier. Même si ce changement de mode de collecte peut paraître radical, il offre de nombreux avantages.

Les collectivités publiques qui ont instauré ce système, souvent assorti d'une taxe au sac, ont vu leur taux de tri augmenter considérablement et atteindre les objectifs fixés par la Confédération, tout en diminuant le coût de la levée des ordures.

Il est toutefois impératif d'offrir aux usagères et usagers un accès aisé à des infrastructures de proximité. La Ville de Genève observe donc avec la plus grande attention les expériences déjà mises en place dans le canton et travaille sur des projets pilotes (Corderie, Pâquis, Petit-Saconnex). La généralisation des sites enterrés pour la collecte des déchets ménagers est une solution d'avenir qui ne manquera pas de s'imposer à moyen terme.

5. Conclusion

Ce survol des actions menées par VVP ces cinq dernières années montre que la communication est un axe essentiel de la politique en matière de propreté et de salubrité. En effet, le changement des habitudes de la population ne se décrète pas. Il s'obtient en informant et en sensibilisant sans relâche. La campagne «Boris» a été un véhicule; il y en aura d'autres pour autant que le service dispose des moyens nécessaires pour assumer ses tâches et la communication n'est pas la moindre.

Au nom du Conseil administratif

Le directeur général:
Jacques Moret

Le maire:
Pierre Maudet