

Date de dépôt : 28 mai 2008

Rapport

de la Commission des affaires communales, régionales et internationales chargée d'étudier le projet de loi de M^{mes} et MM. Salika Wenger, Rémy Pagani, Christian Grobet, René Ecuyer, Jeannine de Haller, Jocelyne Haller, Jacques François, Anita Cuénod, Marie-Paule Blanchard-Queloz, Souhail Mouhanna, André Hediger et Françoise Schenk-Gottret modifiant la loi sur les procédés de réclame (F 3 20)

Rapport de majorité de Mme Christiane Favre (page 1)

Rapport de minorité de M. Alain Etienne (page 9)

RAPPORT DE LA MAJORITÉ

Rapport de M^{me} Christiane Favre

Mesdames et
Messieurs les députés,

Afin de traiter de ce projet de loi, la Commission des affaires communales, régionales et internationales s'est réunie à deux reprises, le 1^{er} et le 29 avril 2008, sous la présidence de la soussignée. Les commissaires ont bénéficié des explications compétentes de M. Frédéric Scheidegger, secrétaire général adjoint du Département des institutions, et de l'appui logistique de MM. Fabien Mangilli et Christophe Vuilleumier, respectivement secrétaire scientifique et procès-verbaliste. Qu'ils en soient tous remerciés.

Que demande le projet de loi 9261 ?

Afin de lutter contre l'affichage d'images provocantes ou choquantes et d'endiguer les dérives d'une publicité agressive, sexiste ou voyeuriste, ses auteurs proposent la création d'une commission d'éthique. Composée de personnalités compétentes et reconnues dans le domaine associatif concerné par les droits humains ou dans celui de l'éthique, cette commission serait à disposition des autorités compétentes pour juger du contenu des messages et images renvoyés par les affiches publicitaires et rendre un préavis.

Audition de M^{me} Salika Wenger

M^{me} Wenger rappelle que le projet de loi 9261 avait été présenté après l'adoption par la commission du projet de loi 8078 sur les procédés de réclame (F 3 20). Lors d'une audition de la Société générale d'affichage, menée dans le cadre de ces travaux, il était en effet apparu que l'avis sur le contenu des affiches litigieuses était donné par les employés de la SGA eux-mêmes, lors d'une consultation interne. Ce qui n'était, à l'époque, pas apparu suffisant. En vertu de quoi les auteurs avaient déposé ce projet qui propose la création d'une commission d'éthique. Dans l'attente des questions des commissaires, elle rappelle par ailleurs que la publicité sexiste entraîne des préjudices, notamment pour les adolescents.

A un député (L) qui s'inquiète de la procédure d'autorisation suivie pour une affiche, des critères probablement existants et de la cinétique du système, M^{me} Wenger indique que ce projet de loi date de quatre ans et que, depuis, elle a appris l'existence d'une commission de loyauté mise en place par la Confédération. Observant toutefois une zone d'ombre, précisément la définition de ces critères, elle pense qu'une commission d'éthique reste nécessaire. Mais elle acquiesce à la question du même député qui remarque que l'autorité compétente pourrait déjà saisir cette commission fédérale.

Un député (S) ayant relevé que le projet de loi concerne des principes éthiques alors que la France a dégagé un concept permettant aussi de s'attaquer aux propos mensongers dans la publicité, M^{me} Wenger indique que c'est également le but de ce projet et que la commission fédérale s'en préoccupe aussi.

Un député (S) observe alors que l'existence de la commission fédérale remet ce projet de loi en question. En ajoutant que la saisie et la rapidité sont des aspects essentiels en la matière, il demande quels seraient les pouvoirs de cette commission cantonale. M^{me} Wenger rappelle que cette commission ne serait pas habilitée à interdire une affiche, mais bien à rendre un préavis d'interdiction. Répondant à un autre député (S) qui s'informe du profil

imaginé pour les futurs membres de cette commission d'éthique, elle admet la question difficile puisqu'il n'est pas aisé de définir l'éthique, mais pense qu'il serait nécessaire de réfléchir à la notion de dignité.

Un député (PDC) remarque que l'aspect de prévention fait l'intérêt du projet et demande si l'idée d'un label a déjà été émise dans ce domaine. M^{me} Wenger répond par la négative, mais relève que l'idée du projet reste que l'Etat interdise une affiche sur son territoire, message que les publicitaires comprendraient rapidement. A un autre député (PDC) qui se demande si les publicistes ne détourneraient pas l'interdiction en utilisant des « tous-ménages » plutôt que des affiches, M^{me} Wenger indique que le projet propose d'intervenir sur l'espace public où des affiches sont apposées et visibles de loin.

Tout en se demandant s'il vaut mieux interdire une campagne d'affichage avant ou après sa parution, un député (Ve) observe qu'une commission d'éthique est une idée intéressante, même s'il paraît difficile de tout vérifier en amont. L'intérêt de cette démarche est néanmoins que cette commission puisse être saisie par la population qui pourrait intervenir ensuite auprès du Conseil d'Etat. M^{me} Wenger acquiesce en répétant qu'une interdiction serait alors un coup de semonce.

Explications complémentaires du département

Invité à s'exprimer sur la situation actuelle en matière de contrôle d'affichage et sur la faisabilité des propositions contenues dans le projet de loi, le représentant du département revient sur plusieurs aspects de la problématique en indiquant notamment que :

- la publicité fonctionne parallèlement à l'économie de marché et qu'elle est mondialisée;
- la compétence en matière d'autorisation d'affichage est aujourd'hui communale;
- l'affichage représente 15% de la publicité. Il est relevé à ce propos qu'une loi qui ne gèrerait que 15% de la question entraînerait un problème d'égalité de traitement;
- si l'on se réfère à certaines affichettes à très forte connotation sexuelle, trouvées dans des bus TPG, on peut observer que le public genevois se montre assez passif face à ce genre de publicité;
- s'il n'y a plus de convention entre l'Etat et la SGA, le contrôle reste dans l'intérêt de tous. La SGA envoie d'ailleurs régulièrement un certain nombre d'affiches discutables au département qui donne un préavis. Une,

voire deux affiches sur dix sont ainsi retirées de la circulation, sans recours possible. A ce propos, il est à relever que le département opère comme la CGA, soit en procédant à une consultation interne;

- si le contrôle est important, il doit être rapide puisqu'une campagne d'affichage ne dure pas plus de trois semaines;
- les affiches politiques ne sont pas prises en compte par la loi sur les procédés de réclame;
- la commission suisse pour la loyauté existe depuis presque vingt ans.

Un député (UDC) observe que ce projet de loi touche finalement à la liberté de commerce et ajoute qu'il est difficile de définir l'éthique. Il relève aussi que la télévision montre des images souvent plus choquantes sur lesquelles il n'est pas possible d'intervenir. Il se demande en outre comment un tel projet pourrait être géré et regrette finalement que la population soit infantilisée.

Un député (S) juge au contraire qu'il semble pertinent de légiférer sur l'espace public. Cette commission d'éthique, chargée de contrôler les affiches et de rendre un préavis au Conseil d'Etat, pourrait même, par la suite, donner son avis sur les émissions de la RSR et de la TSR.

Un député (Ve) considère de même que l'espace laissé à la publicité est scandaleux et qu'il est hypocrite d'affirmer que les communes ont autorité en la matière puisque ce sujet est très ostensiblement cantonal. Il trouve par ailleurs inquiétant de constater que la population demeure aussi passive.

Un député (S) rappelle que le même débat s'est déjà tenu lors des travaux relatifs à la loi sur les procédés de réclame et que ceux-ci ont comporté de nombreuses auditions. Il propose donc de relire les procès-verbaux de l'époque. (*La commission ayant retenu cette proposition, ces documents ont été envoyés à chaque commissaire.*)

Relevant que la Fédération des consommateurs peut également jouer un rôle dans le domaine de l'éthique publicitaire, un député (PDC) revient sur le principe d'un label en jugeant l'outil intéressant. Il observe par ailleurs que, si le contenu de ce projet de loi est important, il existe aujourd'hui une commission fédérale et qu'il est donc nécessaire de laisser du temps au temps.

Un député (L) relève que l'auteur du projet de loi a expliqué la genèse du projet et qu'il s'agissait avant toute chose d'un cri du cœur. Compte tenu de la situation actuelle, son groupe demeure réticent à l'entrée en matière.

Un député (PDC) éprouve les mêmes réserves car ce projet de loi serait très difficile, voire impossible à mettre en pratique. S'il reconnaît qu'il y a

des aspects négatifs dans la publicité, il remarque aussi que ce projet de loi propose un mécanisme réactif et non proactif. Si bien que la polémique qui ressortirait d'une procédure ne ferait qu'augmenter la portée de l'affiche litigieuse en question.

Un député (R) déclare que son groupe n'entrera pas en matière car il juge que la question doit se résoudre d'elle-même, par autorégulation.

Un député (S) indique que son parti entrera en matière. Il observe en effet que rien n'a changé depuis l'adoption de la loi et ajoute que des procédures doivent être mises en place afin de réguler le sexisme qui apparaît dans la publicité.

Estimant qu'il faut rester pragmatique et qu'une loi doit être applicable, un député (UDC) indique qu'en l'état, son groupe n'entrera pas en matière.

Un député (Ve) déclare que son groupe partage la position socialiste. Relevant que les associations de consommateurs interviennent en amont et qu'il est dès lors trop tard pour interdire une affiche, il aurait souhaité que le Conseil d'Etat fasse une révision de la procédure. Rappelant qu'il n'y a guère de limites dans le domaine, il juge nécessaire d'éviter les débordements malsains sur l'espace public.

Doutant qu'elles veillent aux affiches, un député (S) demandera l'audition des associations de consommateurs. Il rappelle en outre que ce projet de loi demeure modeste puisqu'il ne demande que la constitution d'une commission d'éthique. Il rappelle que le Conseil d'Etat a l'habitude de s'entourer de représentants de la société civile pour prendre certaines décisions.

Un député (L) rappelle que les autorisations d'affichage relèvent de la compétence des communes et que ces dernières peuvent s'adresser à la commission fédérale de loyauté. Concernant la volonté des communes à user de cette compétence, il évoque un article de M^{me} Salerno, conseillère administrative de la Ville de Genève, qui exprime sa détermination à cet égard dans un quotidien genevois. Il note que si la Ville ou des grandes communes interdisaient une affiche, la campagne d'affichage cantonale serait morte-née.

Un député (Ve) pense qu'un *pool* est nécessaire à l'échelle cantonale et répète qu'il y a un réel problème de fond.

Un député (L) évoque alors les affiches Benetton en remarquant qu'un comité serait forcément guidé par les idées dominantes. Observant qu'il n'y aurait, dès lors, plus de place pour la provocation, il pense que la régulation doit se faire par le biais de l'opinion publique afin d'éviter un nouvel instrument qui se révélerait un organe de censure.

Un député (S), qui n'est pas étonné par la tournure du débat et les arguments avancés au vu des enjeux commerciaux, indique qu'il n'a jamais été favorable à l'autonomie des communes dans ce domaine, précisément en raison de la facilité qu'elles auraient à laisser les communes suburbaines et la Ville de Genève gérer ce problème. Précisant que les communes interviennent sur les emplacements des affiches et non sur le contenu de ces dernières, il ajoute que la décision revient finalement à la SGA qui négocie des abribus et autres facilités.

Un député (MCG) juge que ce projet de loi relève d'un puritanisme démodé. Il ajoute que les jeunes sont de plus en plus éveillés et ne croit pas que la population soit vraiment choquée par les images affichées sur les murs. Il constate en effet que les réactions dans la population ne sont en l'occurrence pas nombreuses.

Un député (Ve) relève qu'il est possible de fermer la télévision ou son ordinateur mais qu'il est plus difficile de fermer les yeux sur une affiche. Sans être opposé à l'idée d'un contrôle par des associations de consommateurs, il observe que cela nécessiterait une certaine légitimité.

L'audition d'une association de consommateurs ayant été demandée, elle est mise aux voix :

Vote : Pour :	3 (1 Ve, 1 S, 1 PDC)
Contre :	8 (1 MCG, 1 PDC, 2 R, 3 L, 1 UDC)
Abstentions :	1 (1 UDC)

L'audition est refusée

Vote d'entrée en matière du projet de loi 9261 :

Vote : Pour :	2 (2 S)
Contre :	9 (1 MCG, 1 PDC, 2 R, 3 L, 2 UDC)
Abstentions :	1 (1 PDC)

L'entrée en matière est refusée

Conclusion

« Tout procédé de réclame qui diffuse une information ou un message qui est contraire aux lois, règlements, bonnes mœurs ou à l'ordre public, est interdit ». C'est ce que dit la loi sur les procédés de réclame (F 3 20) à son article 9.

Pour juger de la pertinence d'une interdiction, les autorités compétentes peuvent aujourd'hui s'appuyer, en sus de leur propre réflexion ou de celle des sociétés d'affichage qui, on l'a vu, pratiquent déjà l'autocensure, sur la commission suisse pour la loyauté.

Il a semblé dès lors inutile à la majorité des membres de la commission d'ajouter une commission cantonale d'éthique en matière d'affichage qui n'amènerait probablement rien de plus au contrôle des messages publicitaires puisque les affiches ne concernent que le 15 % de la publicité. Sans compter que l'existence de cette commission présenterait le risque réel d'alourdir des processus d'autorisation, de créer une inégalité de traitement avec d'autres supports publicitaires et de favoriser l'émergence d'un comité de censure guidé par les idées dominantes, où, comme l'a rappelé un député, la provocation ne trouverait peut-être plus sa place.

La majorité des membres de la commission vous recommande, Mesdames et Messieurs les députés, de suivre sa recommandation et de refuser ce projet de loi.

Projet de loi (9261)

modifiant la loi sur les procédés de réclame (F 3 20)

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève décrète ce qui suit :

Article 1

La loi sur les procédés de réclame, du 9 juin 2000, est modifiée comme suit :

Art. 5, al. 3 et 4 Autorité compétente (nouveau)

³ Lorsque l'autorité compétente juge que le contenu d'un procédé de réclame peut être de nature à traumatiser, à choquer ou à dévaloriser un-e ou des membres de la communauté, en valorisant, dans le concept publicitaire, la violence, la pornographie, le racisme, le sexisme, les drogues ou l'homophobie, elle saisit la commission d'éthique. Cette dernière formule alors un préavis motivé à l'intention de l'autorité compétente.

⁴ En cas de préavis défavorable de la commission d'éthique, l'autorité compétente peut refuser de délivrer l'autorisation requise pour le procédé de réclame concerné.

Art. 5A Commission d'éthique (nouveau)

¹ Il est créé une commission d'éthique, chargée de délivrer à l'autorité compétente le préavis prévu par l'article 5 dans les meilleurs délais.

² Elle comporte 10 à 12 membres, nommés pour quatre ans par le Conseil d'Etat. Le mandat est renouvelable deux fois.

³ Elle est composée de personnes représentant les associations concernées par la défense des droits de la personne ainsi que de personnalités dont la compétence et la crédibilité sont reconnues dans le domaine de l'éthique.

⁴ Elle élabore les critères qui président à ses recommandations et en informe largement et régulièrement les milieux intéressés.

Article 2 Entrée en vigueur

La présente loi entre en vigueur le lendemain de sa promulgation dans la Feuille d'avis officielle.

Date de dépôt : 10 juin 2008

RAPPORT DE LA MINORITÉ

Rapport de M. Alain Etienne

Mesdames et
Messieurs les députés,

Que demande ce projet de loi ? Tout simplement de mettre en place une commission d'éthique au niveau du canton en matière d'affichage. Cette commission aurait pour compétence de donner un préavis au Conseil d'Etat dans des cas de publicité litigieux. Comme l'a rappelé l'auteure, ce projet de loi a été déposé dans un contexte particulier où une affiche avait défrayé la chronique. Elle a rappelé aussi que la publicité sexiste entraînait des préjudices notamment pour les adolescents et adolescentes. Il faut également mentionner l'existence de la pétition 1437 traitée en 2005 par notre parlement.

Lors de l'étude du projet de loi sur les procédés de réclame, l'intérêt était de réunir sous une même loi différentes bases légales. Plusieurs départements étaient concernés. Il s'agissait en premier lieu de régler les procédés de réclame sur domaine privé vus du public. Cela afin d'éviter une prolifération de panneaux publicitaires dans le paysage. La compétence de donner les autorisations a alors été attribuée aux communes. De grandes discussions avaient eu lieu, notamment sur les publicités liées au tabac et à l'alcool.

Le Conseil d'Etat avait à l'époque estimé que ce projet de loi était avant tout très technique et il n'avait pas voulu entrer sur le terrain plus philosophique ou éthique de la publicité. Mais quelle limite donner en ce qui concerne l'affichage de la publicité ? A l'heure d'aujourd'hui, nous nous posons toujours la même question : quelles sont les procédures en matière d'autorisation ? Effectivement, ce sont les communes qui donnent leur autorisation en ce qui concerne les supports mais qu'en est-il du message véhiculé ? Les sociétés d'affichage font-elles toujours elles-mêmes le tri et selon quels critères ? Comment est traitée cette question par le Conseil d'Etat ?

Bien qu'il existe au niveau fédéral une commission dite de loyauté qui peut être saisie par toutes et tous, une commission d'éthique reste nécessaire

au niveau cantonal. Une réflexion en amont est à mener sur les critères destinés aux professionnels. Par ailleurs, d'autres pays se sont déjà dotés de tels organes.

Liberté de commerce et éthique

Certes, il est difficile de définir l'éthique mais nous pouvons réfléchir à la notion de respect et de dignité. Il y a nécessairement un intérêt à prévenir les abus en matière d'affichage. La prévention aux yeux de la majorité ne pèse pas très lourd face à la défense de la promotion commerciale privée. Nous comprenons bien ici les enjeux !

La question, pour la minorité, n'est pas ici d'interdire une affiche sur le territoire mais de donner un signal aux professionnels de la publicité. Pour l'heure, il n'existe pas de label en matière de publicité. Il s'agit bien ici d'intervenir sur l'espace public où des affiches sont apposées avec des messages que l'on ne maîtrise pas. Il semble pertinent de légiférer sur le domaine public. Le débat n'est pas terminé.

Dans une économie de marché mondialisée, nous pouvons effectivement nous demander comment une affiche pourrait être interdite à Genève alors qu'elle est affichée partout ailleurs. La compétence en matière d'autorisation demeure communale. Quelle hypocrisie car l'on sait bien que ce sont surtout la Ville de Genève et les communes suburbaines qui subissent le plus de pollution visuelle ! Dans l'absolu, nous pourrions voir telle ou telle commune refuser une affiche alors que sur le territoire voisin celle-ci serait acceptée !

L'affichage représente, paraît-il, 15% de la publicité. Le représentant du département affirme qu'il existe un problème d'inégalité de traitement. Il est, cependant, plus difficile de se soustraire à l'affichage sur le domaine public qu'à la publicité qui passe dans la presse écrite ou à la télévision. Il admet aussi que la population est extrêmement passive. Le département nous a confirmé que ce sont les sociétés d'affichage qui envoient les affiches discutables. Mais dans les faits, comment cela se passe-t-il ? Vraisemblablement, par une consultation interne. La seule explication que nous avons pu obtenir, c'est que, par exemple, la SGA envoie un certain nombre de publicités au département qui donne ensuite un préavis. Sur dix affiches, une ou deux sont refusées, il n'y a pas de recours possible. Le Conseil d'Etat, semble-t-il, intervient en moyenne une fois par année. Les communes ne réagissent pas pour le moment. C'est tout ce que nous savons pour l'instant. C'est un peu faible pour se faire une opinion. La majorité se voile la face en refusant d'entrer en matière sur ce projet de loi.

La majorité pense qu'il faut faire confiance à l'autorégulation ou à l'autodiscipline de la profession. Pour que cela marche, il faut bien des organes de contrôle chargés de veiller à la bonne observation des codes déontologiques en matière de publicité. La minorité est d'avis qu'il est important de faire connaître l'existence de la commission suisse pour la loyauté (loyauté dans la communication commerciale). C'est aussi ce qu'elle dit dans son rapport annuel 2007. <http://www.lauterkeit.ch/pdf/taetigkeit7.pdf>

Au niveau du canton, si une telle structure devait voir le jour, il faudrait qu'elle puisse être aussi saisie par la population. La minorité estime que l'espace laissé à la publicité est scandaleux. Il semble qu'il n'y a guère de limites à l'usage du domaine public en matière d'espaces publicitaires. La procédure est toujours la même. Le Conseil d'Etat se repose sur les communes. Les communes ne réagissent pas. Le Conseil d'Etat, le département ou les communes ont-ils les moyens pour intervenir et comment se fait le choix ? La majorité affirme qu'il faut laisser du temps au temps. Il a été question de faire confiance aux associations de consommateurs. Toutefois, cette audition a été refusée par la majorité. De plus, d'autres demandes d'auditions avaient été suggérées : la commission suisse pour la loyauté, M. Moutinot, M^{me} Eva Saro, la Ville de Genève. Il faut bien le dire : la réflexion a été écourtée. La majorité a voulu clairement se débarrasser rapidement d'un projet de loi !

Dans d'autres domaines, le Conseil d'Etat s'entoure de commissions pour recevoir des avis d'experts. Il serait donc plus correct d'instituer une commission d'éthique au lieu de pratiquer une simple consultation interne. Nous avons une responsabilité sociale trop souvent sacrifiée au profit de la liberté d'expression.

Comme en 2005, avec la pétition 1437

La majorité est très claire dans sa non-volonté de débattre. Déjà en 2005 lors de l'étude de la pétition 1437, après un certain nombre d'auditions, la majorité de la commission avait escamoté le débat, au grand désespoir des partis de l'Alternative. Pour vous éclairer sur cette question, je me suis permis de mettre en annexe le mémorial sur le traitement de la pétition 1437, en commission et en plénière.

En effet, la pétition 1437 émanait de StopAbuPub et avait été signée par 1293 personnes. Cette pétition demandait déjà à l'époque que l'on instaure un organe central comprenant une majorité de personnes non issues des milieux publicitaires ou commerciaux chargé de la surveillance du contenu visuel des affiches exposées au public. Mais là encore pas de débat, ni en commission, ni en plénière... le mémorial est édifiant ! Refus de procéder en 2005 à l'audition du bureau de l'égalité, refus en 2008 d'auditionner l'association de consommateurs. Refus tout net de débattre ! Classement de la pétition en 2005, refus d'entrer en matière sur le projet de loi en 2008.

Cette attitude n'est pas acceptable ! Pour cette raison, je vous invite, Mesdames et Messieurs les députés, à voter l'entrée en matière et à renvoyer ce projet de loi en commission afin qu'il y soit traité convenablement.

Secrétariat du Grand Conseil**P 1437-A***Date de dépôt: 7 juin 2004**Messagerie***Rapport**
de la Commission des affaires communales, régionales et
internationales chargée d'étudier la pétition contre les abus en
matière d'affichage public**Rapport de M. Louis Serex**

Mesdames et
Messieurs les députés,

Pour bien comprendre les motifs de cette pétition, c'est pas moins de sept séances qu'il nous a fallu pour essayer de comprendre comment fonctionnait la réglementation concernant l'image, le nombre et l'emplacement de l'affichage public.

1^{re} audition : les pétitionnaires

Ces derniers, après présentation de leurs motifs, mettent surtout l'accent sur le nombre excessif de panneaux, la qualité morale de leurs images et également sur le fait que l'on n'a pas le choix de se soustraire à ces images. Afin de remédier à tout cela, les députés entendent bien que les pétitionnaires souhaitent nommer une commission chargée de surveiller la qualité des images proposées et surtout que celles-ci soient ouvertes à des commissaires venant de plusieurs horizons, ce qui n'est pas le cas jusqu'à présent.

2^e audition : M^{me} Myriam Mathey-Doret, du DIAE

Cette personne mentionne que cette pétition vise les communes puisque ces dernières sont les autorités compétentes, et évoque les articles 8 et 9 de la loi concernant les procédures d'affichage public. Après le jeu des questions et réponses, M^{me} Mathey-Doret souligne que les communes prennent contact elles-mêmes avec les publicitaires pour mettre au point leur concept directeur. L'auditionnée précise qu'en cas de non-respect des bonnes mœurs, le *DJPT* fait référence et que tout citoyen peut, en cas de besoin, aller devant le *Tribunal administratif*.

3^e audition : la Société Générale d’Affichage (SGA)

En préambule, ces messieurs se disent étonnés de cette pétition et rappellent que la *SGA* loue des emplacements avec l'accord des communes mais ne crée pas de concept « artistique », et rappellent que la compétence d'intervenir sur des images relève du *DJPT*. Afin d'éviter certains messages subliminaux, une députée propose la création d'une commission fédérale siégeant en permanence, car il semble bien que c'est le genre d'image qui chagrine le plus les pétitionnaires. La *SGA* répond que ce type de commission existe en France et n'y voit pas d'objection, mais l'union de toutes les tendances ne sera pas facile à réaliser.

4^e audition : M. Didier Mottier et M. Balber, du DAEL

Cette audition au caractère très « juridique » nous démontre une fois de plus que les communes sont les autorités compétentes et que certaines réfléchissent à toutes les conséquences d'une mauvaise utilisation des emplacements ainsi que de leur nombre, et surtout de l'impact de leurs images.

5^e audition : M^{me} Eva Saro, Ville de Genève

M^{me} Saro travaille pour la *Ville de Genève* dans l'analyse du contenu des images. Elle rappelle qu'aujourd'hui les images peuvent être et sont manipulées, devenant ainsi des lieux de projection de fantasmes. Elle rappelle également que plusieurs pays appliquent déjà certains critères en matière

d'images sexistes et qu'il existe une responsabilité sociale trop souvent sacrifiée au profit de la liberté d'expression.

6^e audition : M. Fabio Lorenzi-Cioldi, psychologue

M. Lorenzi, spécialisé en sociologie et psychologie sociale, explique qu'il est nécessaire de différencier les publicités choquantes de celles qui ne le sont pas. Le cas des images choquantes peut être aisément réglé, alors que d'autres images peuvent être plus pernicieuses. Il mentionne que plus la violence est explicite moins elle est convaincante. Après maintes questions, M. Lorenzi termine en mentionnant qu'il est nécessaire de distinguer la fréquence des images de leur contenu, et qu'un contrôle sur l'image paraît raisonnable même si personne pour le moment ne semble prêt pour établir une liste de critères.

7^e audition : M. Christophe Friederich, du DJPS

M. Friederich rappelle que les communes ont toute liberté concernant les emplacements d'affichage, mis à part les problèmes de circulation. Après de nombreuses questions, M. Friederich répète qu'il est juridiquement difficile d'apprécier une image. Il répète que les mœurs de la société ne permettent pas de définir des critères. Il ne serait pas contre une commission interdisciplinaire mais il serait difficile pour cette dernière de juger des images.

Le 7 octobre, une discussion au sein de la commission concernant l'avenir de cette pétition est ouverte. Certains souhaitent l'envoyer au *Conseil d'Etat*, d'autres de laisser les communes et la nouvelle loi votée il y a trois ans régler le problème. Devinez tous où la « chatte à mal à la patte », mais, dans sa grande sagesse, la commission décide d'auditionner M. Hediger et M. Cramer lors de la prochaine séance.

8^e audition : M. André Hediger, conseiller administratif, Ville de Genève

M. Hediger rappelle que cette pétition a été envoyée également à la *Ville de Genève*. Après un bref tour d'horizon de l'organisation de l'affichage en ville de Genève, M. Hediger réponds aux différentes questions.

Concernant les panneaux à proximité des écoles, la loi demande 3000 panneaux politiques et comme les locaux de vote sont souvent dans les

écoles, l'emplacement de ceux-ci, au niveau de la sécurité, est un point sur lequel une attention particulière est portée.

Concernant le contrôle de l'image, M. Hediger répond qu'en tant que municipalité, il est tout à fait favorable à l'idée de discuter avec la SGA, mais il se demande sur quelle base de critères.

M. Hediger répond également à une députée que quelques affiches ont effectivement dépassé les limites et qu'il serait possible avec la SGA de réaliser un avenant pour leur contrôle. Pour conclure, M. Hediger nous informe que la SGA placarde les affiches politiques et culturelles en Ville de Genève et qu'en contrepartie cette dernière bénéficie auprès de la SGA d'un crédit de 300 000 F pour les affiches concernant ses services ainsi qu'un crédit similaire pour faire de la prophylaxie. Il rappelle que la SGA paie également une large partie des abris de bus et qu'un organe de contrôle devrait avoir des critères, lesquels semblent difficiles à fixer.

9^e audition : M. Robert Cramer, conseiller d'Etat

M. Cramer nous rappelle toute la législation en la matière et que M. Hediger a dit l'essentiel. Il ajoute que des courriers seront adressés aux communes afin de leur rappeler la loi. Une députée lui demande qui peut dénoncer la loi. M. Cramer lui répond que tout citoyen a qualité pour agir. La commune répond à la requête et, cas échéant, c'est la justice qui tranche.

Pour conclure et répondre d'autres questions, M. Cramer nous dit qu'il est possible que la loi n'ait pas été suffisamment loin et que la création d'une commission est possible mais délicates. Il ajoute qu'il est possible de donner des directives aux communes, mais cela demeure plus difficile pour le canton.

Le président de la commission remercie M. Cramer et propose de passer au vote.

Une députée propose l'audition du *Bureau de l'égalité*. Après discussion, la commission refuse cette audition. Suite à ce refus, les Verts se fâchent et se retirent. Le président fait alors voter le principe de vote concernant cette pétition. En faveur, 8 voix. L'AdG et les Socialistes se retirent.

Le président de la commission propose le classement de cette pétition. En faveur, 8 voix. Contre 0. Abstention 0.

Pétition (1437)

contre les abus en matière d'affichage public

Mesdames et
Messieurs les députés,

Par la présente, nous soussignés-es vous faisons part de notre mécontentement face à la politique d'affichage menée à Genève, Ville et canton.

Nous avons notamment le sentiment que :

- nous sommes inondés de pollution visuelle que nous n'avons jamais demandée et qui ne cesse d'augmenter ;
- les publicités font de plus en plus souvent appel à des émotions intimes et ce, au mépris des répercussions qu'elles peuvent avoir sur l'identité et le développement des individus ;
- en particulier, le corps humain, féminin ou masculin, est utilisé comme objet commercial, ce qui est inacceptable ;
- aucun compte n'est tenu du besoin légitime de protection des mineurs, enfants et adolescents, en particulier aucune réflexion ne semble faite quant à l'opportunité de leur imposer telle ou telle représentation visuelle ;
- le domaine public, qui appartient à la société civile, est ainsi envahi sans son aval, au détriment du respect de la population, voire de sa sécurité (piétons et usagers de la route) ;

En conséquence, nous soussignés-es prions les autorités politiques de la Ville et du canton de Genève de bien vouloir tenir compte de ces doléances et de s'en faire le relais

- en diminuant de manière significative la présence de zones d'affichage et
- en instaurant un organe cantonal comprenant une majorité de personnes non issues des milieux publicitaires ou commerciaux (psychologues, sociologues, professionnels de la santé, etc.) chargé de la surveillance du contenu visuel des affiches exposées au public.

N.B. : 1293 signatures

StopAbuPub

30, rue du Jura

1201 Genève

ANNEXE 2

Mémorial - 55^e législature - 4^e année - Session 10 (septembre 2005) - Séance 62 du 02.09.2005 à 14h00

P 1437-A

Rapport de la commission des affaires communales, régionales et internationales chargée d'étudier la pétition contre les abus en matière d'affichage public

Débat

M. Alain Etienne (S). Madame la présidente, je regrette que vous ayez fait le choix de traiter cet objet en cette fin de séance, car il méritait d'être développé.

Je crois aussi qu'il aurait mérité un tout autre développement en commission. Cette pétition a été traitée de manière minimaliste. En effet, les députés concernés se souviennent certainement qu'il n'y a eu que des auditions et que nous n'avons pas eu la possibilité de débattre du sujet de la pétition. De plus, à la fin des auditions, nous avons demandé l'audition du bureau de l'égalité, ce qui nous a été refusé. Je le répète, je trouve la façon dont cette pétition a été traitée tout à fait regrettable.

Certes, les jeunes de StopAbuPub ont pu s'exprimer en commission, mais j'imagine qu'ils auraient également souhaité que cette pétition soit examinée avec beaucoup plus d'attention.

Heureusement, un projet de loi, déposé par l'Alliance de gauche, est actuellement traité par la commission des affaires communales, régionales et internationales. Nous pourrions donc revenir sur ce sujet. Je tenais néanmoins à dire que nous regrettons infiniment la manière dont la commission a traité cette pétition.

Mises aux voix, les conclusions de la commission des affaires communales, régionales et internationales (classement de la pétition) sont adoptées par 30 oui contre 28 non et 1 abstention.