



**COMMUNICATION
DE LA MUNICIPALITE
AU CONSEIL COMMUNAL**

RI 12/2024

Vevey, le 18 novembre 2024

**Ce document doit au préalable être traité en séance du
Conseil communal du jeudi 5 ou 12 décembre 2024**

Réponse à l'interpellation de M. Jérôme Christen, intitulée « L'affichage commercial ne devrait-il pas permettre de financer l'affichage communal et associatif ? »

Monsieur le Président, Mesdames, Messieurs,

Le 27 mai 2024, la Ville de Vevey lançait un appel d'offres sur les marchés publics intitulé « Affichage non-commercial sur le domaine public et privé communal de la Ville de Vevey ». Cet appel d'offres avait pour but de concrétiser la nouvelle stratégie de la Municipalité en matière d'affichage à Vevey et de faire suite à la résiliation de la Convention d'affichage qui la liait à la Société Générale d'Affichage (SGA) à son échéance, le 31 décembre 2024.

Pour mémoire, cette nouvelle stratégie s'inscrit dans la lignée de la déclaration d'urgence climatique faite en 2020 ; elle vise à réduire la pollution visuelle et l'occupation de l'espace, ainsi qu'à agir sur l'incitation à la consommation superflue, source d'émissions de gaz à effet de serre à Vevey et ailleurs, sur tout le cycle de vie des produits concernés.

L'appel d'offres, lancé l'été dernier, prévoyait le passage d'un contrat de type « concession » (l'entreprise mandatée doit une redevance à la Commune pour l'utilisation du domaine public, cette dernière bénéficie d'affichage notamment culturel et politique, le tout est réglé par principe de contre factures) à un contrat de prestations classique (la Ville rémunère l'entreprise mandatée uniquement pour des services fournis, soit notamment la logistique, le collage et l'entretien des supports). Ceci pour permettre à la Municipalité une plus grande maîtrise de ce qui est affiché sur son domaine public, notamment de l'information-sensibilisation, de l'art et de la promotion d'activités locales de nature sociale, culturelle, sportive ou encore économique.

L'interpellation susmentionnée a été déposée lors de la séance du Conseil communal du 5 septembre 2024 par M. Jérôme Christen (VL) et interroge la Municipalité sur le déroulé de cet appel d'offres ainsi que sur la stratégie prévue en termes d'affichage public à Vevey. Des délais ont été demandés à l'interpellateur afin de fournir une réponse aussi exhaustive que possible, en attendant les résultats des analyses juridiques concernant l'appel d'offres et des négociations concernant la solution en place début 2025.

Réponses aux questions adressées à la Municipalité :

1. Quel est le coût estimé de la prise en charge de l'affichage communal tel qu'il résulte de l'appel d'offres ?

Les prestations que la Ville devra payer au nouveau mandataire sont estimées à CHF 115'000.- TTC (106'383.- HT) par an, soit CHF 531'915.- HT pour 5 ans ce qui justifie un appel d'offres sur les marchés publics. Cette estimation provient d'informations fournies par le prestataire actuel, lors d'une rencontre avec la Municipalité, mais sans avoir le détail des prestations exactes attendues par la Commune. De ce fait, le montant final ne sera réellement connu qu'une fois les offres reçues, vraisemblablement au printemps 2025.

2. Pour quelles raisons l'appel d'offres a-t-il échoué ? Quelles erreurs la Municipalité a-t-elle pu identifier ?

L'appel d'offres tel que déposé au mois de mai a été préparé par une juriste spécialisée dans les questions de marchés publics et d'affichage. Cette dernière a accompagné récemment plusieurs autres Communes romandes dans des appels d'offres sur ce sujet.

Le marché de l'affichage en Suisse est très compétitif et il n'est donc pas surprenant que les principales entreprises présentes sur ce marché déposent des recours dans le but de retarder la procédure et/ou d'améliorer leurs chances de remporter le contrat.

Par ailleurs, la Commune de Vevey est pionnière dans sa stratégie d'affichage et propose un modèle intermédiaire entre l'interdiction totale de la publicité commerciale sur les domaines public et privé (p.ex. Commune de Vernier) ou la non-régulation de l'affichage, comme dans les concessions classiques. De ce fait, il est compréhensible que les annonceurs réagissent fortement à cette perturbation de leur modèle d'affaires.

Suite aux dépôts des deux recours, la Municipalité a décidé de retirer l'appel d'offres pour deux raisons principales :

- D'une part, le cahier des charges n'explicitait pas clairement les possibilités restantes en termes d'affichage commercial. De ce fait, il a été formalisé que l'affichage strictement commercial restera possible sur le domaine privé, et partiellement sur le domaine public. En effet, la publicité commerciale reste autorisée sur le domaine privé, sur les écrans LED situés aux entrées de ville, selon la convention en cours, et elle est prévue dans l'appel d'offres en question pour certaines initiatives en lien avec le commerce local.

Les recours portaient ainsi majoritairement sur ce point, car une interdiction généralisée de l'affichage commercial s'oppose, selon les recourants, à la liberté économique. Cet argument a toutefois été rejeté par le Tribunal fédéral le 5 juin 2024¹, soit quelques semaines après le retrait de l'appel d'offres veveysan.

- D'autre part, les procédures liées au traitement de recours sont longues (parfois plus d'une année), et la Municipalité a préféré retirer l'appel d'offres, le temps d'analyser en détail la pertinence des arguments avancés, et le modifier le cas échéant, plutôt que de s'engager dans une procédure longue et coûteuse.

¹ Arrêt du 5 juin 2024 (2C_36/2023, 2C_38/2023) du Tribunal fédéral : https://www.bger.ch/files/live/sites/bger/files/pdf/fr/2c_0036_2023_2024_07_05_T_f_11_53_52.pdf

Il est donc prévu qu'un nouvel appel d'offres similaire soit diffusé en début d'année prochaine. Il est toutefois à relever que de nouveaux recours, particulièrement lors de la phase d'adjudication du marché, ne sont pas exclus au vu de la complexité du marché et de la compétitivité des acteurs.

3. Au vu de l'état des finances de la ville et de cet échec, sans revenir à la situation antérieure, la Municipalité ne devrait-elle pas envisager de conserver un nombre d'emplacements commerciaux mesuré qui permettrait au moins de financer l'affichage communal ?

Il n'est pas de la volonté de la Municipalité de financer l'affichage communal par ce biais. En effet, l'influence de la publicité sur les décisions d'achats des consommateurs a été largement démontrée ces dernières années^{2,3,4,5&6} et il a été estimé que la consommation supplémentaire générée par ce biais était responsable d'environ 7% des émissions totales de gaz à effet de serre de la Suisse en 2021⁵. De ce fait, la Municipalité, ayant déclaré l'urgence climatique en 2020 et s'étant dotée d'un Plan climat en 2022, estime que le maintien des surfaces d'affichage commercial sur son domaine public ne correspond pas aux objectifs climatiques et de durabilité qu'elle s'est fixés.

Par ailleurs, en reprenant la maîtrise sur l'affichage situé sur le domaine public, la Municipalité pourra proposer une meilleure couverture du territoire, notamment pour les campagnes politiques, améliorer l'esthétisme du paysage urbain de l'hypercentre et améliorer la fluidité piétonne.

a. Si la Municipalité répond par l'affirmative, est-ce prévu dans le nouvel appel d'offre et dans quel délai, la Municipalité entend-elle trouver une solution ?

Voir question suivante.

b. Si la Municipalité répond par la négative, quelles en sont les raisons et quelle solution la Municipalité envisage-t-elle pour trouver une solution à l'affichage culturel, social et politique ?

Les raisons sont évoquées ci-dessus.

Pour rappel, la volonté de la Municipalité de réduire l'affichage commercial sur le domaine public a justement pour but de donner plus d'espace à l'affichage informatif, culturel, social, économique local, à but idéal et politique. Le maillage et la disponibilité d'espaces d'affichage dans ce cadre seront considérablement améliorés par rapport à la situation actuelle.

Il est à relever que l'affichage culturel restera gratuit selon les mêmes conditions qu'actuellement et que des tarifs préférentiels pourraient être proposés pour certaines initiatives en lien avec le

² Albers, S., Mantrala, M. K. et Shrihari, S., 2010, Personal Selling Elasticities: A Meta-Analysis, *Journal of Marketing Research*, 47 (5): 840- 853 ;
³ Delpeuch, S. et Turino, F., 2023, Advertising, Promotional Marketing and the Aggregate Economy: Evidence from France, accessible sur SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4348055>;
⁴ Molinari, B. et Turino, F., 2017, Advertising and Aggregate Consumption: A Bayesian DSGE Assessment, *The Economic Journal*, 128 (613) : 2106-2130 ;
⁵ Sethuraman, J., Tellis, G. et Briesch, R., 2011, How Well Does Advertising Work ? Generalizations from MetaAnalysis of Brand Advertising Elasticities, *Journal of Marketing Research* 48 (3): 457-471.
⁶ Greenpeace [Wegmann, B.], 2023, Impact climatique et environnemental de la publicité en Suisse, une analyse quantitative, résumé su rapport complet, Greenpeace, accessible sur <https://www.greenpeace.ch/fr/publication/101307/impact-climatique-environnementalpublicite-suisse/>

commerce local notamment. Les petits commerces n'ont aujourd'hui que peu de possibilités de faire recours à de la publicité sur le domaine public au vu des coûts d'une telle campagne, contrairement aux grands groupes qui sont largement sur-représentés dans la publicité commerciale visible depuis le domaine public.

L'affichage politique en particulier sera traité plus en détail dans la réponse au postulat de M. Dominique Kambale intitulé « Moins de plastique, plus de politique », déposé le 9 novembre 2017. Il est toutefois aujourd'hui possible de préciser à ce stade que les espaces à disposition pour les campagnes politiques seront améliorés dans leur répartition territoriale.

4. Dans l'attente d'une solution, comment la situation sera-t-elle gérée ?

Afin de donner le temps à la Municipalité de relancer un appel d'offres et à un prestataire de s'organiser pour le marché, le contrat actuel avec la SGA a été prolongé d'une année par la voie d'un avenant, soit jusqu'au 31 décembre 2025. Cela signifie que l'affichage sur le domaine public se poursuivra en 2025 comme c'est le cas actuellement, moyennant quelques limitations de domaines (produits pétroliers, aviation, véhicules utilisant des combustibles fossiles, etc.). Cette solution permettra de garantir la continuité de l'affichage sur le domaine public, notamment culturel, pendant l'année 2025.

Ainsi adopté en séance de Municipalité, le 18 novembre 2024

Au nom de la Municipalité
le Syndic  Secrétaire adj. 

Yvan Luccarini  Chloé Milner

The seal of the Municipality of Vevey is circular, featuring a central shield with a crown on top and the motto 'LIBERTÉ ET PATRIE' on a banner below. The words 'MUNICIPALITÉ DE VEVEY' are inscribed around the perimeter of the seal.

Membre de la Municipalité déléguée : Mme Gabriela Kämpf

Annexe : Interpellation



Interpellation au nom du groupe Vevey Libre intitulée « L’affichage commercial ne devrait-il pas permettre de financer l’affichage communal et associatif ? »

La Municipalité a annoncé l’an dernier ne plus mettre à disposition des panneaux d’affichage sur l’espace public à des fins commerciales et donc de mettre un terme au contrat qui liait la commune à la SGA d’ici 2025. Le 16 novembre 2023, le conseiller communal Patrick Bertschy a déposé au nom du PLR une interpellation relative à ce choix et en janvier 2024, la Municipalité y a répondu justifiant par la même occasion sa décision. Nous y avons appris qu’en 2022 le montant total des recettes versés par la SGA pour l’occupation du domaine public était d’environ 208’000 francs et que les différentes prestations d’affichage dont a bénéficié la Ville de Vevey se chiffraient à CHF 115’000 francs. Dès lors le revenu total reversé à la Ville pour l’occupation du domaine public s’était élevé à CHF 93’000 francs. Le manque à gagner pour la ville qui résulte du choix fait par la Municipalité dépassera donc à l’avenir les 208’000 francs dès lors qu’un nouvel appel d’offres permettrait d’ajuster ce montant à la valeur actuelle de cette mise à disposition du domaine public.

Pour répondre au besoin en matière d’affichage public pour des besoins culturels, sociaux et politiques, la Municipalité lancée fin mai, via le bureau de la durabilité un appel d’offres pour ce marché sans l’affichage commercial que la Municipalité souhaite proscrire. Cet appel d’offres était tellement invraisemblable et mal conçu que deux acteurs du marché l’ont contesté par un recours adressé à l’autorité compétente. Cette démarche a conduit la Municipalité à annuler la procédure début juillet.

Cette situation nous conduit à poser les questions suivantes :

1. Quel est le coût estimé de la prise en charge de l’affichage communal tel qu’il résulte de l’appel d’offres ?

2. Pour quelles raisons l’appel d’offres a-t-il échoué ? Quelles erreurs la Municipalité a-t-elle pu identifier ?

3. Au vu de l’état des finances de la ville et de cet échec, sans revenir à la situation antérieure, la Municipalité ne devrait-elle pas envisager de conserver un nombre d’emplacements commerciaux mesuré qui permettrait au moins de financer l’affichage communal ?

Si la Municipalité répond par l’affirmative, est-ce prévu dans le nouvel appel d’offre et dans quel délai, la Municipalité entend-elle trouver une solution ?

Si la Municipalité répond par la négative, quelles en sont les raisons et quelle solution la Municipalité envisage-t-elle pour trouver une solution à l’affichage culturel, social et politique ?

4. Dans l’attente d’une solution, comment la situation sera-t-elle gérée ?

Vevey, le 20 août 2024