



**COMMUNICATION
DE LA MUNICIPALITE
AU CONSEIL COMMUNAL**

RI 02/2024

Vevey, le 22 janvier 2024

**Ce document doit au préalable être traité en séance du
Conseil communal du jeudi 1^{er} février 2024**

Réponse à l'interpellation de M. Patrick Bertschy au nom du groupe PLR Les Libéraux-Radicaux, intitulée « Publicité commerciale et autres »

Madame la Présidente, Mesdames, Messieurs,

A la suite de l'annonce du souhait de la Municipalité de ne plus mettre à disposition des panneaux d'affichage sur l'espace public à des fins commerciales et donc de la non-reconduction de la convention avec la Société Générale d’Affichage dès 2025, M. Patrick Bertschy a déposé une interpellation lors de la séance du 16 novembre 2023 au nom du PLR Les Libéraux-Radicaux en posant plusieurs questions à la Municipalité, auxquelles elle répond ci-après :

1. A ce jour, combien de panneaux et de quelles sortes (simple, lumineux, etc...) sont-ils disséminés dans notre ville ?

Sur le domaine public communal, le nombre de surfaces et leurs formats/spécificités sont les suivants :

Format/ Type de surface	F12 268.5 x 128 cm	F200 116.5 x 170 cm	F200L 116 X 166 cm (panneaux lumineux avec plans de ville)	F24 268.5 x 256 cm	F4 Commercial 89.5 x 128 cm	F4 Culturel 89.5 x 128 cm	F4 Sécurité routière 89.5 x 128 cm	F4 Culturel Ville 89.5 x 128 cm	F4 Politique 89.5 x 128 cm	TOTAL
Quantité	28	26	13	4	80	60	19	130	177 (59x F12)	360 (537 avec temporaire politique)

Vevey dispose également de deux écrans LED situés aux entrées de la ville. Les panneaux politiques temporaires sont disposés dans l'espace public uniquement dans le cadre de campagne électorales ou pour des événements particuliers (Festival Images).

2. A ce jour, quel est le nombre de panneaux avec de la publicité commerciale sur le domaine communal et privé ?

Pour les panneaux situés sur le domaine privé :

Le nombre de panneaux d'affichage commercial situés sur le domaine privé n'est pas connu. Cela s'explique par le fait qu'une grande partie de ces affichages, installés par différentes sociétés de publicité, n'a pas fait l'objet d'une demande d'autorisation à la Municipalité contrevenant ainsi à la loi sur les procédés de réclame (LPR) du 6 décembre 1998 et son règlement d'application (RLPR) du 31 janvier 1990. Un règlement communal permettant d'encadrer tous les procédés de réclame est actuellement en cours d'élaboration. Dès sa mise en vigueur, la Municipalité procédera à une mise en conformité de l'ensemble du territoire où sont installés ces panneaux considérés comme réclames pour compte de tiers au sens de la loi cantonale.

Pour les panneaux situés sur le domaine communal : Le nombre de surfaces dédiées à l'affichage commercial s'élève à 28 F12, 26 F200, 4 F24, 80 F4 et 13 F200L en compensation des 13 plans de ville.

3. A ce jour, quel est le nombre de panneaux à disposition des événements sportifs, musées, théâtres, expositions, sociétés locales, etc. ?

130 surfaces F4 sont mises à disposition des événements sportifs, musées, théâtres, expositions, sociétés locales veveysannes ainsi que des événements/projets/initiatives communales.

4. Les affiches citées à la question 3 qui auront des logos de partenaires, sponsors, mécènes, etc...seront-elles autorisées ?

La nouvelle stratégie d'affichage ne prévoit pas l'interdiction de logos de partenaires, sponsors ou mécènes sur les affiches qui correspondront à la nouvelle politique d'affichage.

5. Quel est le montant actuel de la redevance des différents panneaux ?

Hors affichage publicitaire, la SGA effectue un certain nombre de prestations en faveur de la Ville de Vevey (sans mouvements de fonds) Ci-après (à titre informatif) le détail des montants de ces prestations qui font l'objet de contre-factures. Ces prestations figurent au budget sous le compte 122.3102.03 (frais d'affichage sur domaine public)

En 2022 le montant total des recettes versés par la SGA pour l'occupation du domaine public était de : **CHF 208'579,80.-**, les différentes prestations d'affichage dont a bénéficié la Ville de Vevey se chiffraient à **CHF 115'305.-**. Dès lors le revenu total reversé à la Ville pour l'occupation du domaine public s'est élevé à : **CHF 93'274,90.-**

6. A combien se monte la prestation offerte pour le collage de ces affiches ?

En 2022, les prestations d'affichage et d'entretien dont a bénéficié la Ville de Vevey se chiffraient à **CHF 115'305.-**

7. Cette interdiction concerne-t-elle également les VMCV (et d'autres entreprises dont la commune serait actionnaire) dont, faut-il le rappeler la ville de Vevey est actionnaire ?

La nouvelle stratégie d'affichage ne s'applique pas aux VMCV.

8. Les vitrines des commerces propriétés de la ville sont-elles concernées ?

Les procédés de réclame permanents pour compte propre, situés contre les vitrines et façades des commerces ne sont pas concernés par la stratégie d'affichage 2025.

9. Qu'en est-il des chevalets et autres affiches devant les restaurants, boulangeries, boucheries, librairies, etc... ?

Les chevalets et autres supports publicitaires installés sur le domaine public par les commerçants, sont tolérés à bien plaie et à titre précaire. Ils ne sont donc pas concernés par la stratégie d'affichage 2025.

10. Quelle baisse annuelle de CO₂ la Municipalité estime-t-elle arriver en supprimant ces publicités commerciales ?

L'influence de la publicité sur les décisions d'achat des consommateurs a été largement démontrée dans la littérature scientifique ces dernières années^{1,2,3,4 et 5}. Ainsi, la publicité entraîne une hausse de la consommation qui, similairement, entraîne une hausse de la production ayant des effets négatifs sur l'environnement et le climat (émissions de gaz à effet de serre, déforestation, pollution des eaux, etc.). Pour la Suisse, il a été estimé que la consommation supplémentaire générée par la publicité était responsable, en 2021, d'environ 3.3 à 8 millions de tonnes d'eq. CO₂, soit entre 3% et 7% des émissions totales, importations comprises⁵. A noter que les données utilisées pour effectuer ce calcul restent lacunaires et que l'ordre de grandeur possible de cet effet a été estimé sur la base d'hypothèses

Un calcul avec des données spécifiques à Vevey n'a pas été réalisé car cela demanderait d'engager des ressources financières, humaines et temporelles bien trop conséquentes pour un résultat qui resterait très estimatif. Il est, cependant, possible de reporter l'estimation pour la Suisse à Vevey (soit 7% des émissions totales) pour un résultat de 17'752 tonnes d'eq. CO₂ émises par la ville de Vevey sur une année par la consommation supplémentaire générée par la publicité tous vecteurs confondus, ou 0.9 tonnes d'eq. CO₂/habitant.

La publicité out-of-home (OOH), ou « en dehors des bâtiments », qui correspond à la publicité extérieure et comprend notamment l'affichage sur le domaine public, représente environ 12% des parts de marché en Suisse dans le mix-média entre 2019 et 2021 selon une étude réalisée par Media Focus Schweiz GmbH, société d'analyse des médias⁶. Les autres vecteurs sont internet, la télévision, la radio, le cinéma et la presse écrite, qui représentent le 88% des parts de marché de la publicité en Suisse. En reportant la proportion OOH au cas veveysan sur les émissions de gaz à effet de serre estimés ci-dessus, cela représente 2'130 tonnes d'eq. CO₂ émises annuellement à Vevey, soit 0.1 tonne d'eq. CO₂/habitant. Il est à préciser que la part exclusivement liée à l'affichage commercial sur le domaine public est inférieure à ces valeurs, mais non-estimable plus précisément selon les données à notre disposition, conformément à la réponse n°2 détaillée précédemment.

C'est ainsi face à ces chiffres conséquents que le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) indique dans son dernier rapport que l'interdiction de la publicité, particulièrement celle nuisible au climat, est l'une des mesures envisageables pour lutter contre le réchauffement climatique⁷. À noter que la Municipalité s'est fixée comme objectif de diminuer les émissions veveysannes de 60% d'ici à 2032, pour atteindre au maximum 5.1 tCO₂/habitant.

¹ Albers, S., Mantrala, M. K. et Shrihari, S., 2010, Personal Selling Elasticities: A Meta-Analysis, *Journal of Marketing Research*, 47 (5): 840-853 ;

² Delpeuch, S. et Turino, F., 2023, Advertising, Promotional Marketing and the Aggregate Economy: Evidence from France, accessible sur SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4348055>

³ Molinari, B. et Turino, F., 2017, Advertising and Aggregate Consumption: A Bayesian DSGE Assessment, *The Economic Journal*, 128 (613) : 2106-2130 ;

⁴ 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.

⁵ Greenpeace [Wegmann, B.], 2023, Impact climatique et environnemental de la publicité en Suisse, une analyse quantitative, résumé du rapport complet, Greenpeace, accessible sur <https://www.greenpeace.ch/fr/publication/101307/impact-climatique-environnemental-publicite-suisse/>

⁶ Media Focus [Tina Fixle], 2022, Résumé de l'année sur le marché publicitaire suisse, <https://mediafocus.ch/fr/publications/tendance-du-marche-publicitaire/jahresresume-schweizer-werbemarktvon-caio-tina-fixle/>

⁷ IPCC, 2022, Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change. Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [P.R. Shukla, J. Skea, R. Slade, A. Al Khourdajie, R. van Diemen, D. McCollum, M. Pathak, S. Some, P. Vyas, R. Fradera, M. Belkacemi, A. Hasija, G. Lisboa, S. Luz, J. Malley, (eds.)]. Cambridge et New York, Cambridge University Press, doi: 10.1017/9781009157926

En tant qu'autorité communale, la Municipalité souhaite en faire usage avec plusieurs objectifs : réduire les consommations superflues liées à la publicité commerciale, rendre l'espace public plus accueillant, inclusif et comme un lieu d'échange d'information et de partage culturel, et elle se doit d'être exemplaire.

11. Si cette redevance annuelle était utilisée pour isoler les bâtiments locatifs de la ville, combien de CO₂ pourrait-on réduire en plus pour chaque année d'affichage ?

Une analyse interne sur plusieurs bâtiments locatifs de la Ville a permis d'estimer approximativement que pour économiser 1 tonne de CO₂ supplémentaire par année, un investissement de 300'000 CHF est nécessaire lors d'une rénovation énergétique comprenant l'isolation des bâtiments ainsi que les travaux annexes associés comme l'assainissement des systèmes de distribution et de production de chaleur, les mises aux normes, l'adaptation de certains locaux, etc. Il est à préciser que ces économies de CO₂ se cumulent ensuite année après année sur la durée de vie des éléments assainis.

Sur la base d'un calcul théorique comme il l'est demandé, si cette redevance annuelle de 93'000 CHF était utilisée (selon montant de la redevance donné à la réponse 5 de l'interpellation) pour des assainissements énergétiques des bâtiments locatifs de la Ville, cela permettrait d'économiser théoriquement 0.31 tonne de CO₂ supplémentaire par année.

Il est toutefois à préciser qu'il ne s'agit pas de réduire les émissions de gaz à effet de serre d'un côté ou de l'autre et encore moins d'opposer des mesures. C'est, en effet, l'ensemble des sources émettrices de gaz à effet de serre qu'il faut diminuer drastiquement et au maximum, dans le but d'atteindre les objectifs fixés par le GIEC. C'est la raison pour laquelle la Municipalité défend une politique volontariste en termes de rénovation énergétique, tout en conduisant parallèlement des mesures de réduction du trafic motorisé, les actions de sensibilisation, ou encore la suppression de l'affichage commercial sur le domaine public, par exemple.

Cette politique de réduction d'émission des gaz à effet de serre est ainsi formalisée au travers du Plan climat communal. L'ensemble des mesures prises, avec ses co-bénéfices (réductions induites ou changements d'habitudes) dépasse généralement le résultat de la somme des mesures de réduction chiffrées.

12. Quel montant d'investissement la Municipalité estime-t-elle le redéploiement des supports ?

Le redéploiement des supports et son coût d'exploitation dépendra du prestataire/fournisseur retenu au terme de l'appel d'offres.

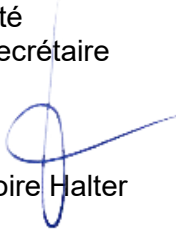
13. Le besoin en communication des entreprises de la région ne disparaîtra pas malgré l'interdiction de la publicité commerciale, quelle est l'alternative, selon la Municipalité, pour permettre à celles-ci de communiquer sur leur commerce hormis les réseaux sociaux ?

La Municipalité est consciente des besoins en communication de l'économie locale. Sa nouvelle stratégie d'affichage vise à leur permettre de bénéficier d'opportunités pour des campagnes d'affichage à un tarif plus avantageux que les réseaux supra-régionaux et gagner ainsi en visibilité auprès de la population locale. Les entreprises et commerces locaux, ne peuvent pas, pour la plupart, se permettre de financer une campagne d'affichage commercial au tarif appliqué par la SGA. La publicité commerciale étant en général monopolisée par des sociétés qui ont les moyens d'afficher leurs campagnes, les prix pratiqués par la majorité des annonceurs sont inaccessibles à la large majorité des commerces et PME de la région. L'affichage qui sera proposé aux commerces locaux ainsi qu'aux associations faïtières ou sportives veveysannes leur permettra également de se faire connaître auprès de la population non connectée

Ainsi adopté en séance de Municipalité, le 22 janvier 2024

Au nom de la Municipalité
le Syndic le Secrétaire


Yvan Luccarini

 
Grégoire Halter

Membre de la Municipalité déléguée : Mme Gabriela Kämpf

Annexes :

- Types et formats d'affiches présents sur le domaine communal
- Interpellation

Réponse à l'interpellation du 16.11.2023 de M. Patrick Bertschy « Publicité commerciale et autres » du PLR Les Libéraux-Radicaux

Types et formats d'affiches présents sur le domaine communal

1. Affiche F4 - 89.5 x 128 cm



2. Affiche F12 – (3XF4) 268.5 x 128 cm



3. Affiche F200 : 116.5 x 170 cm



4. Affiche F200L (affiche lumineuse) : 116X166 cm



5. Affiche F24 : 268.5 x 256 cm



6. Écran LED – Format d’affichage 432 x 288 px



Publicité commerciale et autres...

Par un communiqué de presse diffusé le 29 août dernier, la Municipalité de Vevey nous informait de la suppression de la publicité commerciale sur le domaine public.

Le texte nous précise ceci ; « Les autorités veveysanes ont ainsi résilié la convention qui lie la Ville à la Société Générale d’Affichage jusqu’au 31 décembre 2024 pour lancer un appel d’offres pour la mise en œuvre de la nouvelle stratégie. »

Je me permets, au nom du groupe PLR.Vevey, de poser les questions suivantes à notre Municipalité. Je la remercie par avance pour sa réponse écrite :

1. A ce jour, combien de panneaux et de quelles sortes (simple, lumineux, etc...) sont-ils disséminés dans notre ville ?
2. A ce jour, quel est le nombre de panneaux avec de la publicité commerciale sur le domaine communal et privé ?
3. A ce jour, quel est le nombre de panneaux à disposition des événements sportifs, musées, théâtres, expositions, sociétés locales, etc.. ?
4. Les affiches citées à la question 3 qui auront des logos de partenaires, sponsors, mécènes, etc...seront-elles autorisés ?
5. Quel est le montant actuel de la redevance des différents panneaux ?
6. A combien se monte la prestation offerte pour le collage de ces affiches ?
7. Cette interdiction concerne-t-elle également les VMCV (et d’autres entreprises dont la commune serait actionnaire) dont, faut-il le rappeler la ville de Vevey est actionnaire ?
8. Les vitrines des commerces propriétés de la ville sont-elles concernées ?
9. Qu’en est-il des chevalets et autres affiches devant les restaurants, boulangeries, boucheries, librairies, etc... ?
10. Quelle baisse annuelle de CO2 la Municipalité estime-t-elle arrivée en supprimant ces publicités commerciales ?
11. Si cette redevance annuelle était utilisée pour isoler les bâtiments locatifs de la ville, combien de CO2 pourrait-on réduire en plus pour chaque année d’affichage ?
12. Quel montant d’investissement la Municipalité estime-t-elle le redéploiement des supports ?
13. Le besoin en communication des entreprises de la région ne disparaîtra pas malgré l’interdiction de la publicité commerciale, quelle est l’alternative, selon la Municipalité, pour permettre à celles-ci de communiquer sur leur commerce hormis les réseaux sociaux ?

Au nom du groupe PLR.Vevey
Patrick Bertschy
