

GRAND CONSEIL NEUCHÂTELOIS – MOTION

À compléter par le secrétariat général du Grand Conseil lors de la réception du document déposé	Date	Heure	Numéro	Département(s)
	30.01.2023	12h51	23.128	DESC
Annule et remplace				

Auteur-e(-s) : Groupe socialiste	Lié à (facultatif) : ad
----------------------------------	----------------------------

Titre : Pour un mois sans publicité commerciale et un espace rendu à l'expression libre, artistique et citoyenne

Contenu :

Le Grand Conseil demande au Conseil d'État la mise en place d'un cadre légal permettant l'instauration d'un mois sans annonces publicitaires à visée consumériste dans le canton de Neuchâtel. Les espaces dédiés à l'affichage seront, pour une partie, rendus aux citoyen-ne-s, et devront conserver un équilibre entre expression libre et affichages associatifs, caritatifs, culturels et événementiels.

Développement (obligatoire) :

« Partout dans le monde, les échanges culturels favorisent la modification des pratiques culturelles, des philosophies et des conceptions du monde. Ces changements ne sont pas problématiques en eux-mêmes : ce qui l'est, c'est l'omniprésence et la domination de la publicité et du marketing. (...) Les États qui souhaitent préserver leur diversité culturelle doivent protéger leur société de l'influence induite de la publicité et du marketing tout en créant un espace plus large pour les formes d'expression non commerciales. » Ces mots ne sont pas ceux de quelques collectifs isolés ou de citoyennes et citoyens en colère contre la pollution visuelle qui ne cesse de prendre de l'ampleur sur les murs de nos villes. Ce sont ceux de la rapporteuse spéciale de l'Organisation des Nations unies (ONU) dans le domaine des droits culturels, tirés de son rapport de 2014¹, et qui alarment, d'une part, sur l'aptitude de la publicité à court-circuiter nos modes rationnels de prise de décision et, d'autre part, sur la nécessité de rendre le domaine public à celles et ceux auxquels il appartient : les citoyennes et les citoyens.

Surconsommation, encouragement de l'obsolescence programmée, surendettement, effets négatifs sur l'environnement, monopole des grandes marques de distribution au détriment de nombreux commerces de proximité, etc. : les méfaits des annonces publicitaires commerciales sont nombreux, divers et variés, et sont désormais bien connus. Pour autant, les initiatives visant à les interdire, ou tout le moins à les contenir, sont encore trop rares en Suisse. Certes, la Ville de Genève, avec son initiative « Zéro pub », a d'ores et déjà franchi une étape importante en termes de prise de conscience quant à l'importance de redéfinir les espaces publics, de protéger les habitant-e-s contre les effets néfastes des annonces publicitaires et d'encourager les pratiques créatrices et les messages à but non lucratif. L'instauration d'un tel projet sur le plan cantonal apparaîtrait néanmoins comme un précédent déterminant et un exemple à suivre vers des espaces publics rendus à la cité. En allant dans le sens de cette motion, l'État rendrait à ses concitoyennes et concitoyens un droit essentiel : le droit d'être libre et de refuser, pour un temps au moins, une exposition non sollicitée aux messages publicitaires qui aliènent les esprits.

Riche de ses manifestations culturelles, de l'enthousiasme créatif de ses habitantes et habitants et de ses nombreux espaces publics facilement et rapidement accessibles, le canton de Neuchâtel pourrait ainsi être pionnier en la matière. Car, enfin, notre regard n'est pas à vendre... et si l'on dit que les murs ont des oreilles, il semble qu'il est grand temps de leur donner la parole !

¹Shaheed Farida, « Rapport sur l'impact de la publicité et des pratiques de marketing sur la jouissance des droits culturels, du progrès scientifique et de ses applications », Nations unies – Droits de l'Homme, 8 août 2014.

Demande d'urgence : NON

Auteur-e ou premier-ère signataire (prénom, nom) :

Hugo Clémence

Autres signataires (prénom, nom) :

Jonathan Gretillat

Margaux Studer

Autres signataires suite (prénom, nom) :

Sarah Fuchs-Rota

Katia Della Pietra

Autres signataires suite (prénom, nom) :

Antoine de Montmollin

Corine Bolay Mercier

Martine Docourt Ducommun	Garance La Fata	Anne-Françoise Loup
Joëlle Eymann	Christian Mermet	Josiane Jemmely
Assamoi Rose Lièvre	Marinette Matthey	Romain Dubois
Laurent Duding	Julie Courcier Delafontaine	Annie Clerc-Birambeau
Amina Chouiter Djebaili	Fabienne Robert-Nicoud	Anne Bramaud du Boucheron
Anita Cuenat	Karin Capelli	Patricia Sörensen

Position du Conseil d'État

La mise en œuvre de la motion engendrerait un gros – et peu pertinent – travail administratif pour les communes (vérification, arbitrage sur les contenus et les emplacements), ainsi que des pertes de revenus importantes, alors même que la situation actuelle n'est pas problématique, dans un canton qui a su rester raisonnable. La motion pose aussi la question du respect de la liberté économique. Enfin, deux autres motions (21.109 et 21.127) acceptées par le Grand Conseil traitent déjà de l'affichage dans le domaine public, dans des domaines spécifiques plus ciblés.