

Genève

Pour une ville libérée de la pub

Jeudi 05 janvier 2017 **Benito Perez**

Quelques jours de vacance, et déjà réquisitionnés par la créativité populaire! Depuis le début de l'année, Genève fleurit de dessins, slogans, messages et réflexions toutes personnelles aux quatre coins de ses rues. Laissés en friche pour cause de transition commerciale, quelque 3000 panneaux d'affichage, d'habitude monopolisés par la publicité, ont été laissés blancs, suscitant la créativité spontanée d'une population avide de se réappropriier son environnement immédiat.

Impossible de voir dans cet élan le fruit du hasard. Dans cette ville froide, dense, technocratique, où le mètre carré échappant à la bagnole et au commerce est devenu rare, où les espaces publics sont réduits au strict minimum, au fonctionnel, où tout est aseptisé, réglementé, vendu au plus offrant, une simple feuille de papier vierge, format Mondial, donne d'irrépressibles envies d'évasion. De respiration.

Dans ce canton qui, sous le kärcher maudésien, a banni il y a quelques années l'affichage libre, ravalé comme les graffitis au rang d'«incivilité», le tissu urbain avait retrouvé son gris uniforme. Aidé en cela par la mort des squats colorés et de leurs cornes proéminentes. La seule «gaieté» autorisée est aujourd'hui celle de la publicité commerciale. Avec ses messages le plus souvent avilissants, presque toujours bêtifiants, elle accapare toujours plus d'espace public à la recherche de notre espace mental. Omniprésente des affiches aux vitrines, des véhicules jusque désormais aux bornes des transports publics.

Un torrent d'âneries à observation obligatoire. Un déluge d'injonctions consuméristes – entre 600 et 3000 par jour, toutes sources confondues – stimulant une population déjà gavée ou frustrée. Liberté d'expression, droit à l'information, nous disent les défenseurs de ce flot ininterrompu. Emploi, croissance, scandent-ils au moindre signe de doute. Fadaises: la publicité favorise d'abord la concentration du capital, promouvant les gros poissons de l'économie au détriment des petits, par essence davantage créateurs d'emploi.

Sans compter que cette industrie parasitaire et privative prélève sa dîme sur nos produits de consommation courante, qu'elle renchérit à l'achat, pour nous pourrir la vie – les rues, les médias, Internet – le reste du temps. Entre 500 et 1000 milliards de francs annuellement gaspillés dans le monde, dont 5 milliards en Suisse, qui trouveraient aisément un emploi plus utile.

Une municipalité se voulant de gauche, écologique, féministe, soucieuse des équilibres sociaux peut-elle décemment se contenter d'ignorer cette réalité? Et continuer sans barguigner à livrer la bagatelle de 3000 emplacements aux publicitaires? Cette Genève, qui étouffe et le dit ces jours au format Mondial, a besoin d'être entendue. Grenoble, pour ne citer que le cas le plus connu, a franchi le pas. Pas le bout du monde.