

Réponse du Conseil administratif du 12 juin 2025 à la motion du 20 mars 2013 de M^{mes} Olga Baranova, Annina Pfund, MM. Pascal Holenweg et Grégoire Carasso: «Affichage de publicités discriminatoires (notamment sexistes et contraires aux politiques publiques): instaurons un droit de réponse!»

TEXTE DE LA MOTION

Considérant:

- l'importance et la visibilité des panneaux d'affichage public sur le territoire de la Ville de Genève, visibles par la totalité des habitant-e-s du canton et une grande partie de celles et ceux de la région;
- la présence récurrente sur ces panneaux d'affiches commerciales à caractère discriminatoire, sexiste et contraire aux politiques publiques mises en place;
- le fait que l'affichage public est le seul medium pour lequel il n'existe aucun droit de réponse garanti, alors que l'impact de ce medium est considérable;
- l'impossibilité matérielle, pour des citoyennes et citoyens à titre individuel, mais également pour les associations aux ressources les plus modestes, de répondre à un affichage commercial par un «contre-affichage» soumis aux mêmes tarifs que l'affiche contestée;
- l'engagement de la Ville de Genève pour la promotion des valeurs de respect et de tolérance, et la nécessité de cette promotion auprès, notamment, des jeunes, particulièrement sensibles aux messages publicitaires,

le Conseil municipal invite le Conseil administratif à instaurer un droit de réponse aux affiches publicitaires apposées sur les panneaux d'affichage public, et à en définir les modalités concrètes.

RÉPONSE DU CONSEIL ADMINISTRATIF

Les auteurs et autrices de la motion M-1072 demandent au Conseil administratif d'instaurer la possibilité d'un droit de réponse lorsque des affiches publicitaires jugées discriminatoires, sexistes ou contraires aux politiques publiques mises en place sont apposées sur les espaces d'affichage public sur le territoire municipal.

Il convient tout d'abord de souligner que cette motion a été déposée en 2013 et que, dans l'intervalle, un certain nombre de mesures ont été mises en place par la municipalité pour prévenir les affichages publicitaires sexistes ou discriminatoires sur son domaine public, comme développé dans la réponse du Conseil administratif à la motion M-1243, datée du mois d'avril 2024.

La Ville a notamment développé un processus pour interdire, sur ses espaces d’affichage, la diffusion d’affiches publicitaires contraires aux lois, aux règlements, aux bonnes mœurs ou à l’ordre public, comme le prévoit la loi cantonale sur les procédés de réclame (LPR) du 9 juin 2000. Le «Règlement relatif à la commission consultative d’examen des procédés de réclame», adopté par le Conseil administratif en 2021 (LC 21 316.1), régit les modalités d’interdiction. La société d’affichage (ou diffuseur) est impliquée dans ce processus et a la responsabilité de solliciter la Ville en cas de doute sur la conformité d’une affiche avec les lois ou les bonnes mœurs. Plusieurs cas de figure ont été remontés à la Ville ces dernières années, ce qui a permis au Conseil administratif de trancher sur une interdiction, ou non, des publicités concernées.

Par ailleurs, des actions ont été menées par le Service Agenda 21 – Ville durable (A21), dans le cadre du plan d’action «Objectif zéro sexisme dans ma ville» et en collaboration avec l’institut DécadréE, spécialisé dans la promotion de l’égalité et la prévention des violences sexistes dans le domaine de la communication et des médias, pour développer des outils et une offre de formation et d’ateliers de sensibilisation à destination des acteurs et actrices du monde de la communication, mais aussi du grand public. A titre d’exemple, un atelier de théâtre-forum sur les publicités sexistes a été mis sur pied avec des comédiens et comédiennes et animé à plusieurs reprises, notamment dans le cadre des campagnes municipales autour du 25 novembre. Et, depuis 2023, un prix de la communication inclusive est remis annuellement par DécadréE pour récompenser des agences de communication créant des campagnes exemplaires en matière d’inclusion. La Ville de Genève, par l’intermédiaire de l’A21, est représentée dans le jury du prix. Ces actions permettent de faire évoluer progressivement les représentations et les pratiques.

La loi précitée réglant l’emploi des procédés de réclame dans le canton de Genève permet en soi de prévenir la présence d’affiches perceptibles depuis le domaine public «faisant appel à des représentations discriminatoires fondées sur une caractéristique personnelle, notamment l’origine, l’âge, le sexe, l’orientation affective et sexuelle, l’identité de genre, l’expression de genre, l’intersexuation, les incapacités, les particularités physiques, la situation sociale, la situation familiale et les convictions religieuses ou politiques, ainsi que ceux qui objectivent le corps d’une personne de manière stéréotypée» (art. 9 al. 3 LPR, entré en vigueur le 1^{er} juillet 2023). Cette interdiction s’étend même aux procédés n’entrant pas dans le champ d’application de la loi (à savoir notamment les procédés sis dans les vitrines d’exposition des commerces utilisés pour compte propre ou de façon temporaire, les procédés sis dans les galeries marchandes situées à l’intérieur d’un bâtiment, ainsi que l’ensemble des procédés apposés sur les véhicules, remorques et autres moyens de transport). Certes, la mise en œuvre et le contrôle du respect d’une telle interdiction peuvent s’avérer plus ou moins complexes en fonction

des situations, mais il n'en demeure pas moins que les communes disposent de la faculté d'interdire ou de faire retirer des affiches qui ne la respecteraient pas.

S'agissant des possibilités de recours lorsqu'une publicité jugée sexiste ou discriminatoire dans l'espace public, le grand public et la société civile disposent déjà, sous certaines conditions, de plusieurs possibilités d'action:

- Les voies légales prévues par la LPR (art. 28 ss et 38 LPR).
- Une action légale sur la base du Code civil suisse ou du Code pénal suisse qui comportent un dispositif permettant respectivement des réparations sur le plan civil (responsabilité civile) ou des sanctions pénales, le cas échéant.
- Le dépôt d'une plainte auprès de la Commission suisse pour la loyauté¹. Cette dernière peut être saisie pour statuer sur des publicités jugées problématiques. Même si ses recommandations sont non contraignantes, elles ont toutefois un poids symbolique non négligeable auprès des publicitaires et du grand public.

A ce jour, la question d'un «droit de réponse» aux affiches publicitaires apposées sur les panneaux d'affichage public pose de nombreuses questions tant en termes de fond que de forme: faudrait-il modifier la LPR pour instaurer un droit de réponse (ce qui ne relèverait pas d'une compétence communale)? Par qui le caractère discriminatoire d'une affiche (ouvrant la voie à un droit de réponse) serait-il déterminé et quid en cas de recours? Qui prendrait en charge le financement, non seulement des espaces d'affichage, mais de la création des «contre-affiches»? Est-ce sur la société civile que doit reposer le soin de porter des messages de prévention des discriminations ou est-ce aux collectivités publiques de s'assurer que les messages présents dans l'espace public correspondent au cadre légal en vigueur?

Au regard de ces questionnements et de ce qui précède, un droit de réponse ne semble pas être la réponse la plus pertinente aux problématiques qui peuvent encore surgir en termes de procédés de réclames discriminatoires. L'accent devrait plutôt être mis sur la consolidation des mesures développées depuis plusieurs années par la Ville, notamment en travaillant sur une meilleure coordination à l'échelle cantonale, à l'image du dispositif mis en place dans le canton de Vaud, qui dispose d'une commission consultative en matière de procédés de réclame à caractère sexiste. Les avis rendus par cette dernière sont publics et servent de base aux communes vaudoises pour autoriser ou interdire, voire faire retirer après coup, des procédés de réclame jugés sexistes.

A Genève, l'adoption en mars 2023 de la LED-Genre (L 12843) à l'échelle cantonale ouvre de nouvelles perspectives pour compléter le dispositif de prévention des publicités sexistes de la Ville. En effet, son article 16 fait référence à la loi

¹ La Commission suisse pour la loyauté (CSL) est un organe national interne à la branche de la communication qui vise à une autorégulation des professionnelles et professionnels en matière de publicité.

sur les procédés de réclame et interdit spécifiquement les représentations sexistes, homophobes, lesbophobes, biphobes, transphobes et faisant ouvertement appel à des stéréotypes de genre.

Cette base légale, articulée à la LPR, pourrait ouvrir la voie à une uniformisation des pratiques à l'échelle du Canton, qui permettrait une cohérence dans la mise en œuvre des politiques publiques et, partant, un réel impact pour créer un espace public plus égalitaire et exempt de représentations sexistes et discriminatoires.

Au nom du Conseil administratif

Le secrétaire général:
Gionata Piero Buzzini

Le conseiller administratif:
Alfonso Gomez