Rester dans le cadre

Autor(en): **Maeder, Thierry**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Collage : Zeitschrift für Raumentwicklung = périodique du développement territorial = periodico di sviluppo territoriale**

Band (Jahr): **- (2017)**

Heft 2

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-958039

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

CARTE BLANCHE

Rester dans le cadre

THIERRY MAEDER
Géographe-urbaniste,
Université de Genève.

[ILL. 1] Dessins réalisés sur les affiches vierges posées lors du changement de concessionnaire publicitaire. Quai du cheval blanc, Genève, février 2017. (Photo: Thierry Maeder)

Il est parfois d'amusantes coïncidences: alors que l'Université de Genève organisait mi-janvier un colloque sur la place et le rôle des images dans l'espace public, la ville se trouvait, elle, amputée d'une grande partie de ses images. En raison d'un changement de concession pour la gestion de l'affichage publicitaire, tous les panneaux de la ville furent recouverts, durant les premières semaines de l'année, d'affiches vierges. On y vit bientôt un étonnant foisonnement de dessins, slogans et pochoirs qui trouvèrent-là un espace pour l'expression libre et spontanée.

L'événement a réjoui la plupart des commentateurs et a donné lieu à plusieurs interpellations politiques [1] demandant à l'exécutif de réitérer de telles «trêves publicitaires». Outre leur dimension fortement conjoncturelle, ces propositions s'inscrivent dans un mouvement général, né à la fin du XXe siècle, de lutte plus ou moins violente contre la publicité, considérée en tant que telle comme aliénante. Souvent mues par une idéologie proche des théories de la décroissance, ces actions prennent diverses formes, du détournement à la dégradation. Le combat a même atteint un niveau très institutionnel avec la décision de la ville de Grenoble de supprimer toute publicité commerciale [2].

D'autre part, on perçoit, dans les villes européennes, une volonté confirmée par les politiques publiques de faire davantage participer les citadins à la fabrique de la ville, ainsi que de renouveler leur regard sur l'environnement urbain. Remise en cause de la ville moderniste et de son urbanisme de flux et de fonctions, l'urbain tend à être considéré comme un espace de vie sur lequel les habitants doivent pouvoir agir et s'exprimer.

Ces mouvements de fond semblent néanmoins entrer en contradiction avec une autre évolution de la gestion des espaces publics, qui trouve une résonnance toute particulière à Genève. Depuis le début des années 2000, ville et canton se sont engagés dans un combat pour la salubrité publique qui tient parfois de l'obsession. Une série de mesures sont prises visant à faire de Genève une «ville propre» [3].

Deux tendances d'apparence antinomiques – donner plus d'occasions au citadin d'intervenir sur son environnement d'une part, restreindre les possibilités d'expression dans l'espace public de l'autre – et une aporie qui se résout par la mise en place de cadres spatiaux et temporels au sein desquels le désordre est permis pour autant qu'il y reste. Des exutoires qui en contrepartie justifient des politiques bien plus restrictives, sinon répressives, de gestion de l'espace public.

Aussi séduisantes que soient ces propositions de trêves publicitaires, c'est dans cette même évolution qu'elles s'inscrivent. Ce genre d'épisodes devrait permettre d'ouvrir une réflexion sur les prises que l'on veut accorder aux habitants sur leur milieu – celles-ci se limitant très souvent à des cadres blancs que l'on ne doit pas dépasser.

[1] Motions M-1265, M-1266 et M-1267 déposées en janvier 2017 au Conseil municipal de la ville de Genève.

[2] Fin 2014 l'exécutif de Grenoble a décidé de ne pas renouveler le contrat à son concessionnaire, empêchant de facto l'affichage publicitaire sur le territoire de la ville, l'affichage culturel et associatif perdure.

[3] L'opération «Genève ville propre» est lancée en 2000 pour lutter contre les tags et l'affichage sauvage; en 2007 la modification de la Loi sur les procédés de réclame punit encore plus durement l'affichage sauvage; en 2012 la nouvelle Loi sur les manifestations restreint considérablement le droit de réunion sur le domaine public; à cela s'ajoute la lutte contre le bruit qui menace de nombreux lieux culturels et festifs.