

**RAPPORT DE LA COMMISSION THÉMATIQUE DES PÉTITIONS
chargée d'examiner l'objet suivant :**

Pétition La publicité nuit aussi à notre climat !

1. PREAMBULE

La commission thématique des pétitions a siégé le jeudi 6 septembre 2018 pour traiter de cet objet à la salle du Bicentenaire, Place du Château 6 à Lausanne. Elle était composée de Mmes Séverine Evéquo, Circé Fuchs, Christine Chevalley, de MM. Daniel Trolliet, Philippe Liniger, Olivier Petermann, Daniel Ruch, François Cardinaux, Olivier Epars, Jean-Luc Chollet, sous la présidence de Monsieur le Député Vincent Keller.

Etaient excusés MM. Guy Gaudard (remplacé par Christine Chevalley), Pierre-André Pernoud (remplacé par Jean-Luc Chollet) et Jean-Louis Radice (remplacé par Circé Fuchs).

Monsieur Jérôme Marcel, secrétaire de la commission (SGC) a tenu les notes de séance. Qu'il en soit ici chaleureusement remercié.

2. PERSONNES ENTENDUES

La délégation des pétitionnaires entendue est composée de :

Mmes Laurence Martin, retraitée, co-présidente des Grands-Parents pour le climat, et Dijana Simeunovic, étudiante en Relations internationales, membre du collectif Lausanne action climat (LAC), ainsi que de MM. Daniel Desponds, retraité, co-président des Grands-Parents pour le climat, et Antoine Thalmann, enseignant en formation, membre de Lausanne action climat (LAC).

La délégation de l'administration est composée de :

Pour la DIREV-DGE de MM. Sylvain Rodriguez (directeur DIREV) et Tristan Mariethoz (ingénieur environnement). Pour la DGMR de M. Laurent Tribolet (chef de division entretien) et Mme Florence Burdet Kamerzin (juriste spécialiste).

3. DESCRIPTION DE LA PÉTITION

Les publicités vantant des produits et services qui nuisent gravement au climat et, en conséquence, à l'avenir collectif, sont omniprésentes dans le canton. Particulièrement les panneaux d'affichage vantant les voitures à fortes émissions de CO₂. La pétition demande la fin immédiate de l'affichage publicitaire, dans l'espace public pour les voitures émettant plus de 60gr de CO₂ par km. Cette publicité va directement à l'encontre de l'intérêt à réduire les émissions de gaz à effet de serre.

3. AUDITION DES PÉTITIONNAIRES

Les pétitionnaires expliquent que cette pétition a débuté en hiver, période où de nombreuses publicités pour des voitures 4X4 et SUV (Sport utility vehicle) sont affichées. Résultat : en 2017 un tiers des véhicules vendus en Suisse étaient des SUV. Avec de telles ventes, la Suisse n'aura aucune chance d'atteindre ses objectifs climatiques pour 2030, avec des répercussions sur le réchauffement

climatique. Les voitures de tourisme étant responsables de 21% des émissions des gaz à effet de serre en Suisse. Il ressort des calculs de l'Alliance climatique suisse que nous devons réduire de plus de 80% les émissions de CO2 des Transports Individuels Motorisés (TIM) d'ici à 2030. La Suisse risque déjà fortement de ne pas atteindre ses objectifs climatiques de 2020 alors que le total des émissions doit baisser de 20% pour 2020. Ils rappellent que la Suisse s'est engagée à mettre en œuvre les accords de Paris, dès lors à réduire les émissions de CO2 de 50% par rapport à 1990 d'ici à 2030. En ratifiant cet accord, la Suisse a montré symboliquement son engagement international : nous pensons que si la Suisse ne respecte pas sa promesse, qu'est-ce qui empêchera d'autres pays de faire de même ? Par ailleurs, il y a un message contradictoire : d'un côté, les autorités disent vouloir une mobilité plus douce, de l'autre des affiches publicitaires poussent à acheter des voitures de plus en plus polluantes. Pendant ce temps, dans d'autres pays des mesures sont prises : la Norvège compte interdire les voitures à combustion interne d'ici 2025, en Allemagne le Bundesrat a demandé à l'UE de prendre des mesures pour bannir les voitures à combustion interne d'ici 2030. La Suisse ne pourra pas ignorer cette tendance, et devra introduire une pénalité pour décourager les voitures grosses consommatrices de pétrole si elle veut respecter ses engagements. Se pose également la question des particuliers qui investissent aujourd'hui dans un SUV qui a une durée de vie de dix ans : à l'instar des voitures Diesel, se posera la question de qui paie la facture : Les individus ou les collectivités publiques ? Certainement pas les vendeurs, qui en l'attente cherchent à nous convaincre qu'on a besoin d'un SUV. Il est évident que la publicité a un impact sur les choix des gens, comme l'ont montré les mesures prises visant à restreindre la publicité pour le tabac ou l'alcool, notamment l'affichage sur le domaine public. Dès lors pourquoi ne pas interdire selon les mêmes modalités les voitures polluantes qui ont un impact sur la qualité de l'air, la santé et le réchauffement climatique ? Les pétitionnaires pensent que l'utilisation massive de voitures que l'on voit sur les affiches publicitaires est incompatible avec le maintien d'un climat stable. Il faudrait rapidement prendre des mesures pour décourager l'utilisation de tels véhicules et encourager les alternatives. Mais dans l'attente, il conviendrait rapidement de ne plus mettre l'espace public à disposition pour des publicités qui poussent à l'achat de voitures trop polluante.

5. AUDITION DES REPRÉSENTANTS DE L'ÉTAT

Les représentants de la DIREV remettent une présentation aux membres de la commission, qu'ils commentent.

Face aux changements climatiques, le Conseil d'Etat promeut le *Plan climat vaudois* ayant pour objectif de mobiliser les forces autour de trois axes : réduire les émissions de gaz à effet de serre, s'adapter aux changements climatiques et documenter les changements climatiques. Etant entendu que dans cette problématique il est tenu compte des cinq typologies climatiques du canton de Vaud.

L'inventaire des émissions produites sur le territoire met en évidence que 79% des émissions de GES (gaz à effet de serre) proviennent de la production d'énergie, respectivement 38% des combustibles et 41% des carburants. Or, les 70% à 75% des émissions issues des carburants sont liées au trafic individuel motorisé (TIM). Un vaudois produit en moyenne 5,5 tonnes de CO2 ce qui montre la difficulté d'atteindre les objectifs fixés par la législation fédérale, qui est de 1 à 1,5 tonnes de CO2 par habitant.

L'évolution des émissions des voitures entre 1990 et 2015 met en évidence une forte augmentation constante des distances parcourues, une légère diminution des émissions totales de CO2 des voitures depuis 2008 qui s'accroît dès 2010 et une baisse des émissions moyennes par véhicule. Il convient de rappeler que les objectifs de la confédération sont ambitieux : les émissions des nouvelles voitures ne doivent pas excéder 130 g de CO2 par km, puis 95 g de CO2 par km dès 2020. Les trois axes du *Plan climat vaudois* sont mis en œuvre via un plan d'action de réduction, un plan d'action d'adaptation et un observatoire du climat. Pour ces trois piliers, des exemples d'action sont donnés. En ce qui concerne les TIM, on note en lien avec la pétition, le renforcement des

alternatives à l'automobile, le soutien à la mobilité électrique et la mise en place de taxes d'immatriculation favorisant les véhicules à faibles émissions de CO2.

Ils rappellent qu'il faut distinguer les polluants atmosphériques, des gaz à effet de serre : les polluants atmosphériques sont listés, avec des valeurs limites de concentration à respecter ; le CO2 n'est pas un composant de l'atmosphère ayant des limites à respecter, il s'agit d'atteindre des objectifs de réduction d'émission.

Pour ce qui est de la limitation des normes reprises par la pétition soit 60 g de CO2 par km, cet élément provient du Masterplan Climat Suisse de l'Alliance Climatique Suisse. C'est une proposition technique pour atteindre les objectifs du développement durable. Mais la législation fédérale pour les nouvelles voitures fixe la limite à 130 g de CO2 par km, puis 95 g de CO2 par km dès 2020.

Cette pétition s'inscrit dans les objectifs du *Plan climat*, mais prise comme mesure unique. Du point de vue de la DGE elle serait un peu isolée et peu en cohérence avec ce plan coordonné.

C'est la DGMR qui est en charge de faire appliquer la Loi sur les procédés de réclame (LPR) qui régit les publicités. On y distingue les publicités pour compte propre (enseignes pour décrire une activité économique sur le site) des publicités pour compte de tiers. Les procédés de réclames pour compte de tiers ne sont autorisés qu'en traversée de localités et visent à décrire et vanter l'activité économique.

Les contenus des supports ne sont à ce jour pas réglementés, hormis les dispositions figurant à l'art. 5a de la LPR, introduite il y a une dizaine d'années qui interdit les procédés pour des produits dont l'usage engendre la dépendance « *sur le domaine public et sur le domaine privé, visible du domaine public.* »

La prise en compte de cette pétition nécessiterait dès lors une modification de la LPR, par l'introduction d'un nouvel article visant à l'interdiction de publicité pour des véhicules à hautes émissions de CO2.

6. DÉLIBÉRATIONS DE LA COMMISSION

Les commissaires pour la prise en considération de la pétition relèvent qu'elle va dans le sens du plan climat de l'Etat et que l'impact de ces véhicules n'est pas négligeable. Cette une mesure concrète issue de la population.

Les commissaires contre la prise en considération de cette pétition, relèvent la problématique d'une modification de la LPR et du peu d'impact que celle-ci aurait. Elle stigmatise une catégorie de véhicules sans prendre en considération d'autres modes de transports plus polluants.

7. VOTE

Par 4 voix pour et 7 voix contre, la commission recommande au Grand Conseil de classer cette pétition.

Lignerolle, le 28 mars 2019

*Le rapporteur :
(Signé) Olivier Peterman*