

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2019)

Heft: 2235

Artikel: De l'eau dans les urnes : Zurich refuse toute privatisation de la distribution de l'eau et tout bénéfice dans la vente de cette ressource symbolique

Autor: Jaggi, Yvette

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1019988>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

aux mesures proposées par le Conseil d'Etat vaudois à propos des affiches sexistes. Ce projet de loi donne aux communes la possibilité d'interdire la publicité sexiste, au même titre que celle pour l'alcool et le tabac. Le canton de Vaud s'inspire de l'action [du canton de Bâle-Ville](#), le seul ayant déjà modifié sa loi en ce sens.

L'année 2018 aura vu la publication d'un certain nombre de recherches sur [l'effet de la publicité](#) sur les comportements humains.

Par exemple, un groupe de recherche belge s'est penché sur les effets physiologiques et cognitifs des images sexistes. L'étude montre que les publicités réifiant le corps nous incitent à [«tolérer le harcèlement»](#) en créant notamment une vision fragmentée du corps, qui n'est alors *«plus perçu comme une personne avec une identité, mais comme un objet»*. En réaction, l'Union des annonceurs belges a publié une charte d'éthique à l'intention des publicitaires. Elle préconise la consultation d'un groupe de personnes,

hétérogène en âge, sexe, origine et orientation sexuelle, avant de lancer une campagne publicitaire. Elle suggère encore que les publicités cessent d'utiliser des stéréotypes de genre.

En filigrane, cette charte indique surtout que l'appréhension du public sur ce qui est sexiste et ce qui ne l'est pas a changé. Aujourd'hui, ce n'est plus seulement une attitude suggérant l'érotisme ou clairement sexualisée qui est mise en cause, mais aussi la diffusion et le renforcement de stéréotypes, tout autant que l'utilisation du corps féminin pour attirer l'œil sur un produit. Il paraît loin le temps où des élus déploraient de telles restrictions, car [«la sensualité et le glamour font partie de notre société»](#).

Ce positionnement politique sur le contenu des affiches et la régulation des images sur le domaine public est bienvenu, à l'heure où des [voix de la société civile](#) s'activent pour porter ce débat. Jacqueline de Quattro, cheffe du département du territoire et de

l'environnement du canton de Vaud et porte-parole de la proposition, se dit même encline à élargir cette régulation aux publicités [adressées aux enfants](#). En affirmant que les [«affiches s'imposent à nous et leurs messages ont un très fort impact sur la formation de nos préjugés»](#), la conseillère d'Etat ébranle la croyance populaire qui veut que chacun soit libre de céder à l'influence de la publicité.

Par ailleurs, des autorités suisses toujours plus nombreuses affichent leur scepticisme à l'égard des affiches, à l'instar de la commune du Mont-sur-Lausanne, qui a récemment décidé [d'interdire formellement l'affichage commercial](#) sur son domaine public.

Dans cette atmosphère favorable aux changements de paradigmes, souhaitons que des études scientifiques se penchent à l'avenir sur le lien entre publicités et activités humaines les plus polluantes, des voitures aux avions et du surendettement à la surproduction de déchets.

De l'eau dans les urnes

Zurich refuse toute privatisation de la distribution de l'eau et tout bénéfice dans la vente de cette ressource symbolique

Yvette Jaggi - 11 février 2019 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/34539>

Le Grand Conseil zurichois a voulu s'occuper de toutes les

eaux: celles des sources et des rives, celles des réseaux et des

robinets, celles des champs et des villes ([DP 2201](#)). Les

députés ont donc longuement débattu du projet de la nouvelle loi cantonale sur les eaux, présenté par le Conseil d'Etat le 28 janvier 2015, et fini par décider le 9 juillet dernier de soumettre leur propre «*monstre législatif*» au [référendum spontané](#).

La gauche et les Verts ont néanmoins récolté les signatures du référendum facultatif, escomptant de la votation de ce dimanche 10 février 2019 un effet positif pour les élections cantonales agendées pour le 24 mars prochain. Joli coup.

Autant dire que dans ces conditions le débat sur la nouvelle *Wassergesetz* aura été d'une [vivacité exceptionnelle](#). La gauche dénonce la mauvaise foi des partisans de la loi, tandis que la droite, UDC en tête, accuse les opposants de mentir délibérément.

Le prix de l'eau

A ce niveau, le débat ne porte évidemment pas sur la revitalisation des rivières – inscrite dans la [loi fédérale](#) en vigueur depuis 2011 – ni sur la traditionnelle protection contre les inondations. Mais bel et bien sur les intérêts particuliers des propriétaires de terrains en bordure de lac, de sources, d'usines et de réseaux. Au bout du compte, c'est bien sûr du prix de l'eau potable qu'il s'agit dans l'esprit

des citoyens-consommateurs. On touche ici à un tabou avéré. Du coup, tout le monde s'entend sur l'interdiction de faire des bénéfices au stade ultime de la livraison aux ménages, assurée par des sociétés en mains publiques.

Mais en amont du robinet, les affaires sont les affaires. La solution proposée à Zurich prévoit un système de privatisation partielle de l'approvisionnement en eau qui a d'emblée suscité la méfiance: en cas de commercialisation de l'eau par une société anonyme de droit privé, les communes desservies doivent détenir au minimum 51% du capital-actions et au moins deux tiers des voix à l'assemblée générale. Autant de précautions sévères qui ont éveillé la suspicion à Zurich, alors que dans le [canton voisin de Zoug](#), la gauche alternative elle-même n'a rien trouvé à redire à la privatisation de la chaîne de distribution de l'eau.

D'autres dispositions font également problème, dans la mesure où leur mise en œuvre pourrait s'avérer minimaliste, notamment en matière de protection et de régime des eaux. Motif d'opposition sans doute primordial pour les partis écologistes.

Le poids des villes et des privilégiés

Traditionnellement d'avis

opposés, les deux grands quotidiens zurichois y sont allés de leur recommandation plus ou moins formelle: le [Tages-Anzeiger](#) en reprenant les critiques à l'égard du projet sous le titre «*Les eaux méritent une meilleure loi*» et la [Neue Zürcher Zeitung](#) en déplorant d'avance l'échec devant le peuple, ouvertement attribué aux défections du côté de l'UDC – sous-entendu venues de la tendance historico-agraire.

Cette prévision ne s'est que partiellement vérifiée, dans la mesure où les régions rurales et urbaines ont donné pratiquement les mêmes taux de [rejet de la loi](#) sur les eaux, soit 54,36% et 54,33%. Les plus grandes villes ont dit non à de plus nettes majorités encore: 55,3% à Winterthur et 61,1% à Zurich, avec des pointes à 68% dans les arrondissements roses-rouges-verts de la métropole.

La cinquantaine de communes qui ont approuvé le projet se situent parmi les districts privilégiés des deux rives du lac (Horgen à l'ouest et Meilen en face, sur la côte d'or) ainsi que dans le district de Dietikon, à la frontière argovienne. Dans ces régions, on semblait tenté par la privatisation partielle rendue possible par le projet de loi désormais caduc. Il leur faudra continuer d'y renoncer. Pour très longtemps sans doute.