

Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine
Herausgeber: Schweizer Heimatschutz
Band: 46 (1951)
Heft: 3

Artikel: Appel pour une limitation volontaire de la publicité routière
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-173424>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 26.04.2026

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

Appel pour une limitation volontaire de la publicité routière

La publicité routière, notamment le long des routes et à travers les villages, s'est beaucoup développée ces temps derniers, quand bien même les branches qui l'utilisent sont relativement peu nombreuses. A n'en pas douter, ce développement n'est pas conciliable avec la nécessité d'une plus grande sécurité dans la circulation et d'une bonne visibilité sur les routes. En outre, il faut tenir compte de l'opposition grandissante de certains milieux contre ce genre de publicité; c'est même l'objet d'un postulat de la Ligue pour la protection de la nature. Cette situation nuit au prestige de la publicité en général. Aussi sommes-nous persuadés qu'un assainissement s'impose dans le sens d'une nouvelle orientation de la publicité extérieure. Il va de l'intérêt de tous les participants et de la publicité elle-même que cette initiative parte de nos milieux.

Ces considérations ont engagé notre commission à étudier à fond toute la question. Après examen des nécessités commerciales et de l'intérêt public, la commission est arrivée à la conclusion qu'il serait assez facile de limiter toute la publicité routière dans les rues marchandes des villes et des localités importantes, à condition que les panneaux officiels d'affichage puissent rester comme précédemment à la disposition des intéressés.

La solution de la *limitation par zones* présenterait l'avantage de mettre toutes les maisons faisant de la publicité sur un pied d'égalité pour concourir de cette manière. Les prétentions légitimes des maisons au service des usagers de la route (stations d'essence, ateliers de réparation d'autos et de vélos) pourraient être satisfaites par l'autorisation de placer des enseignes pour désigner l'emplacement de leur commerce. Ce serait la façon la plus simple de sauvegarder la bonne visibilité sur les routes et de donner, une fois pour toutes, aux autorités un critère pour la réglementation de la publicité routière.

Nous faisons appel au bon vouloir des maisons utilisant aujourd'hui la publicité extérieure pour qu'elles se rallient à ces directives. En renonçant à de nouveaux emplacements et en supprimant petit à petit les installations existantes au bord des grandes routes ou dans leurs environs immédiats, comme aussi dans les villages et les petites localités, il sera possible d'atteindre en quelques années le but fixé. Une entente entre maisons de la même branche faciliterait les décisions de chacune.

Commission des usagers de l'Association suisse de Publicité.

Erratum

1951, Nr. 2, deutsche Ausgabe, Seite 44, 2. Abbildung: Anstatt Markus lies Matthäus. — Edition française, page 47, deuxième légende: Au lieu de St-Marc lire St-Matthieu.