

# Opération "Pas de pub, des arbres !" Paris 15 novembre 2014 à 15 H, place Cambronne / CONTRE LE SCANDALE DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE EN FRANCE

mercredi 12  
novembre 2014

Communiqué de presse Contacts Paysages de France :

- 06 88 44 26 91 (Île-de-France)
- 06 82 76 55 84 (national)

## Opération "Pas de pub, des arbres !" Paris 15 novembre 2014 à 15 H, place Cambronne



Recouvrement symbolique de 2 panneaux publicitaires\* pour dénoncer le scandale à répétition de l’affichage publicitaire en France (Avec notamment le soutien de Résistance à l’agression publicitaire\*\* et du collectif des déboulonneurs\*\*)

- Code de l’environnement encore et toujours massivement bafoué en toute connaissance de cause (afficheurs, grande distribution), et cela jusque dans les secteurs les plus sensibles tels les parcs naturels régionaux ou les espaces "classés" au Patrimoine mondial de l’UNESCO ;
- Refus obstiné de préfets de faire respecter le code de l’environnement (malgré des moyens extrêmement limités au regard de l’ampleur du problème, l’Etat a déjà été condamné 66 fois à la suite de plaintes de Paysages de France) ;
- Silence du ministère de l’Écologie, de la ministre de la Culture, du Premier ministre et du Président de la République pourtant saisis à de multiples reprises, alors que :

1. L'ignominieuse dérogation permettant d'installer les "4X3" scellés au sol jusque dans certaines agglomérations de quelques milliers, voire de quelques centaines ou dizaines d'habitants, n'a toujours pas été abrogée ;
2. La limitation à 2 m<sup>2</sup> de la surface des écrans publicitaires numériques, prévue initialement dans le cadre du Grenelle, puis augmentée de 400 % (sic) à la suite des pressions et du chantage exercés par certains afficheurs n'est toujours pas décidée. Cela bien qu'il y ait urgence, ces publicités, parmi les plus agressives et les plus accidentogènes, commençant à se multiplier dans certaines villes ;
3. Les dispositions du Code du patrimoine permettant de transformer les plus prestigieux monuments de Paris en gigantesques panneaux publicitaires sont toujours en vigueur. Le cœur de la capitale est devenu ainsi l'enjeu publicitaire n° 1 pour les annonceurs internationaux les plus agressifs ;
4. La surface réservée à la publicité sur bâche n'a toujours pas été limitée : ainsi, reste en vigueur aujourd'hui encore l'une des pires conséquences du Grenelle, c'est-à-dire la possibilité d'installer des publicités de plusieurs centaines, voire de plusieurs milliers de m<sup>2</sup> dans toutes les villes de plus de 10 000 habitants.