

NÎMES Contre la publicité, A.R.B.R.E.S tire la sonnette d'alarme

Anthony Maurin 29 janvier 2021



Le règlement local de publicité (RLP) est un texte voté par le conseil municipal, qui édicte, en matière de publicité dans la ville, des réglementations s'appliquant sous l'autorité du Maire.

Lors du conseil municipal du 19 décembre dernier, après plusieurs mois d'une concertation organisée par la ville de Nîmes, une délibération a été proposée pour approuver un texte renouvelant le RLP en vigueur jusque là.

" Ont participé à diverses réunions de concertation organisées par le cabinet Even Conseil, les professionnels de la publicité, les personnes publiques associées, (services de l'État) les associations "Paysages de France" et A.R.B.R.E.S. Gardiens de l'ombre et des habitants de Nîmes au cours d'une réunion publique avec jauge imposée à 30 personnes, alors que la jauge était de 81 personnes à l'auditorium du Carré d'art, expliquent les membre d'A.R.B.R.E.S. La population nîmoise était aussi invitée à participer à cette concertation par écrit ou par voie informatique. Une communication sans doute insuffisante au regard des cinq seules observations recueillies. C'est peu pour une ville de 150 000 habitants ! "

Le renouvellement du RLP sera soumis à enquête publique au printemps prochain. L'association espère que la Ville fera le nécessaire pour informer efficacement les habitants. L'enjeu d'un RLP n'est pas qu'une question de cadre de vie car il représente également un enjeu sociétal, et, plus que jamais aujourd'hui, un enjeu environnemental majeur.

" Contrairement à ce qui est affirmé par la mairie et le cabinet Even Conseil, le texte présenté au conseil Municipal du 19 décembre n'a tenu compte qu'à la

marge des nombreuses critiques formulées par les associations et personnes publiques associées. Avec les mêmes mesures inacceptables au regard des enjeux en cause, comme en témoignent les exemples suivants ", poursuivent les adhérents d'A.R.B.R.E.S.

Des exemples à la pelle

Voici les exemples cités par l'association. Les axes majeurs et entrées de ville livrés aux afficheurs. Les formats et types de dispositifs envisagés totalement inacceptables en matière de protection de l'environnement. L'installation massive sur le domaine public des écrans publicitaires vidéos qui obstruent le passage et la visibilité sur les trottoirs, captent beaucoup plus l'attention (augmentant les dangers tant pour les piétons que pour les automobilistes) et sont un non-sens écologique avec leur consommation électrique, dans certains secteurs, des panneaux publicitaires scellés au sol quatre à cinq fois plus grands qu'à Paris.

Le maintien de l'autorisation de la publicité dans les lieux où elle est normalement interdite par le Code de l'environnement, notamment dans les périmètres de protection des monuments historiques. La création de sept zones de publicité comportant chacune leurs propres règles, plus ou moins laxistes, ce qui conduit à ne pas traiter tous les habitants sur un pied d'égalité, en instaurant pour certains des mesures discriminatoires dans la qualité de leur cadre de vie et leur environnement.

Enfin et comme dernier exemple, A.R.B.R.E.S est contre l'autorisation de publicités géantes sur les bâches des chantiers de rénovation dites bâches publicitaires, sans limites de surface, y compris en dans des lieux où toute publicité est normalement interdite, comme les arènes par exemple.

L'association A.R.B.R.E.S. Gardiens de l'ombre, comme d'autres associations environnementales, demande une refonte en profondeur du projet élaboré par le cabinet Even conseil, sur lequel la ville de Nîmes s'est reposée, mais dont la logique nuit gravement à l'environnement, à l'image de la ville et compromet le label UNESCO auquel elle aspire.