

Bâches publicitaires et écrans numériques : ils veulent les bannir

Ce mercredi 9 juin face aux médias, les représentants de différentes associations environnementales ont mis la pression sur la Métropole de Lyon qui organisait dans la foulée une réunion de concertation entre associations et afficheurs en vue d'élaborer le futur règlement local de publicité (RLP).

Point commun des associations environnementales représentées ce mercredi matin à la Maison des Alternatives - Alternatiba : leur combat contre la publicité. À la lumière des différentes interventions, tous se rejoignent sur la volonté d'interdire des bâches publicitaires géantes, de bannir tous les écrans numériques et de réduire les espaces publicitaires à deux mètres carrés, arguant que les collectivités ne peuvent pas se baser sur une dépendance financière... Exit les afficheurs.

Autant de points cruciaux sur lesquels personne ne veut transiger avant l'élaboration du futur règlement local de publicité (RLP) qui entrera en vigueur en juillet 2022. Un moyen de mettre la pression juste avant la réunion de concertation qui se tenait de 10 h à midi à la



Les associations intervenantes : Amis de la Terre France, Résistance à l'agression publicitaire (RAP), Paysage de France, collectif Plein la Vue, Alternatiba ANV Rhône, France Nature Environnement Rhône, Sites et Monuments, I-Buycott luttent pour un cadre de vie sans écran publicitaire.

Photo Progrès/Nadine MICHOLIN

Métropole où les afficheurs craignent pour leur avenir...

« Une portée nationale »

« Ce règlement aura une portée nationale. Notre rôle est de faire en sorte que les engagements tenus lors de la campagne municipale soient bien respectés et les décisions scrutées », a annoncé Mathilde Genas (Plein La Vue). Pour Khaled Gaiji (Les Amis de la Terre), « nous sommes la seule fédération qui a mis en place un projet de société où la question de la publici-

té figure. On a constaté en région parisienne un taux d'infraction de 50 % sur les panneaux publicitaires installés sans autorisation. Il faut que la Métropole réduise drastiquement l'espace publicitaire sur son mobilier urbain ». Et le président, méfiant, d'affirmer qu'à Grenoble, ville-écologiste comme Lyon, le RLP n'est pas assez restrictif.

« L'enjeu est colossal et la responsabilité des élus immense », selon Pierre-Jean Delahouse (Paysage de France). « Il dépasse très largement le territoire régional, national

et mondial. L'espace public appartient aux habitants et il doit être traité de manière équitable. » Charles de Lacombe (Alternatiba ANV Rhône) enfonce le clou : « S'il y a un recul, on prendra nos responsabilités et on engagera une mobilisation citoyenne, quitte à s'attaquer au dispositif. »

À propos de l'affichage, Thomas Bourgenot (Résistance à l'agression publicitaire) dénonce : « Ceux qui ont le plus d'argent ont le plus de liberté d'expression. On vient rappeler à la mairie que vendre les habitants aux annonceurs

n'est pas une chose positive. » Peggy Carton-Vincent de France Nature Environnement Rhône introduit la notion de publicité et d'hyper consommation : « Cela crée des besoins et des déchets avec un impact sur la santé des humains, des animaux et des arbres et agit sur le rythme circadien (biologique, jour et nuit). »

À noter que la version finale du RLP sera présentée en septembre 2021 et des consultations publiques sont prévues en avril-mai 2022.

Nadine MICHOLIN