

Affichage publicitaire : des collectifs citoyens remettent la pression sur la Métropole de Lyon avant un premier vote déterminant

À quelques mois de l'entrée en vigueur d'un nouveau règlement local de la publicité et alors qu'un premier vote important sur le sujet doit se dérouler en début de semaine à la Métropole de Lyon, des organisations citoyennes anti-pub mettent la pression sur la collectivité.



En juillet 2022, la Métropole de Lyon doit faire entrer en vigueur son nouveau règlement local de la publicité (RLP), un sujet sur lequel la majorité écologiste affiche des ambitions fortes, qu'elle avait réaffirmé au début du mois de juin 2021 après des échanges avec les syndicats d'afficheurs et les organisations citoyenne.

Dans les grandes lignes le Grand Lyon met en avant une :

- préservation de la qualité paysagère et urbaine ;
- de la lutte contre la pollution lumineuse ;
- d'une réduction du nombre et de la taille de l'ensemble des dispositifs de publicité ;
- d'une mise en valeur des commerces et entreprises locales face à de grandes multinationales ;
- d'une équité territoriale pour équilibrer la pression publicitaire entre les cœurs de ville et les périphéries.

En début de semaine prochaine, les 13 et 14 décembre, le conseil de la Métropole de Lyon doit voter l'arrêt de projet du futur RLP, dont les discussions avaient été engagées en 2017, sous la mandature de David Kimelfeld, avant d'être reprises par les équipes de Bruno Bernard. Très attentives aux évolutions du projet, les associations

anti-pub estiment que les décisions prises à Lyon, par la majorité écologiste, auront des répercussions sur le reste du territoire national.

Faire interdire les écrans publicitaires

En juin, **Pierre-Jean Delahousse, porte-parole de Paysages de France**, nous confiait ainsi parce qu'il *"s'agit d'une équipe écologiste, toute décision prise localement sera scrutée par les afficheurs, et donc les publicitaires, qui, selon le résultat, risquent de se prévaloir de ce qui sera fait à Lyon"*. À l'approche de ce premier vote déterminant le Collectif Plein La Vue, Résistance à l'Aggression Publicitaire Lyon et Alternatiba ANV Rhône remettent donc un petit coup de pression sur les élus, en les appelant *"qu'ils ou elles soient de la majorité ou de l'opposition, à soutenir toutes les dispositions vertueuses de ce projet"*. Avec en ligne de mire l'interdiction des écrans publicitaires et enseignes numériques.

Elles demandent également *"que soient apportées toutes les garanties afin de ne pas autoriser les bâches publicitaires, ces dispositifs qui envahissent déjà la place Bellecour et que de nombreux lobbies pressent d'étendre à toute la ville"*. Des dispositifs qui ne relèvent cependant pas de la compétence de la Métropole, mais de celle de la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC).

Aller plus loin

Enfin, malgré plusieurs améliorations apportées au projet global qui sera présenté en début de semaine, elles estiment que *"le règlement local de publicité n'engage pas encore une rupture franche en matière d'affichage publicitaire. Pourtant, au regard des problématiques d'injonctions incessantes à consommer, cette rupture est nécessaire pour relever les défis climatiques et environnementaux"*.

Notamment en ce qui concerne l'affichage publicitaire sur le mobilier urbain (comme les arrêts de bus par exemple), pour lequel les efforts consentis par la Métropole ne *"semblent pas assez forts pour le moment"* aux yeux des organisations citoyennes, comme nous le précisait il y a quelques mois Anthony Geoffroy, le co-président du collectif Plein la vue.