

à **M. Chrystel Bayon**, maire de Domène

M. Christophe Ferrari, président de Grenoble Alpes Métropole

M. Jérémie Iordanoff, député de la 5ème circonscription de l'Isère

M. Sylvain Laval, président du Syndicat Mixte des Mobilités de l'Aire Grenobloise

M. Laurent Vaudoyer, directeur Régional Rhône-Alpes, JCDecaux

Objet : LETTRE OUVERTE – Affichage publicitaire à proximité du collège de La Moulinière (Domène)

Monsieur,

Nous souhaitons vous alerter sur la présence de publicités pour des boissons alcoolisées et des enseignes de restauration rapide installées sur un abribus à Domène, à quelques mètres seulement du collège de La Moulinière. Ce sont ces images que voient chaque jour des enfants de 11 à 14 ans en sortant de cours, en attendant leur bus, parfois plusieurs fois par jour.

Cette situation n'est ni anodine, ni acceptable.

Une contradiction insupportable

Dans les collèges, les enseignants, les personnels éducatifs, les infirmières scolaires et les associations partenaires mènent un travail essentiel : prévention des addictions, éducation à l'alimentation, développement de l'esprit critique, sensibilisation aux risques sanitaires.

Ces actions sont nécessaires. Elles sont fondées sur la science. Elles demandent du temps, de l'énergie et des moyens.

Mais dès la sortie de l'établissement, ce travail est immédiatement contredit par l'environnement urbain avec l'alcool mis en scène comme désirable ou le fast-food présenté comme normal.

C'est un double discours permanent.

Une exposition imposée, quotidienne, structurelle

Les élèves n'ont pas choisi ces publicités. Ils ne peuvent ni les bloquer, ni les éviter. Ils y sont confrontés chaque jour.



L'affichage urbain n'est pas neutre. Conçu pour influencer, pour séduire, pour normaliser, il fonctionne par répétition, par association positive, par banalisation.

Or, en France, la consommation d'alcool est responsable d'environ **41 000 décès chaque année**. Ce chiffre ne relève pas d'une opinion : il relève de la santé publique.

Exposer quotidiennement des enfants à des produits associés à des risques majeurs pour la santé n'est pas une fatalité.

C'est un choix.

Qui décide que c'est acceptable ?

Cette situation n'est pas le fruit du hasard. Elle résulte de décisions humaines, administratives et politiques.

Quelqu'un a jugé acceptable qu'une publicité pour l'alcool ou la malbouffe soit placée à quelques mètres d'un collège.

Mais qui ?

Le gestionnaire des transports publics ?

Le maire ?

Le président de la métropole ?

Le législateur ?

L'afficheur — en l'occurrence JCDecaux — qui choisit, hiérarchise et implante les contenus ?

Cette dilution des responsabilités est précisément ce qui permet à ces situations de perdurer. Quand tout le monde est un peu responsable, plus personne ne l'est vraiment.

L'espace public n'est pas un espace commercial comme un autre

Si l'espace public est réellement un espace commun, alors il doit être protégé.

Et il doit l'être en priorité pour celles et ceux qui n'ont pas encore les moyens de se défendre face à l'influence permanente de la publicité : les enfants.

Ce que nous demandons

– L'interdiction immédiate de toute publicité pour l'alcool à proximité des établissements scolaires ;

– L'exclusion des publicités pour la malbouffe dans ces périmètres protégés ;

– Une révision des règlements de publicité protégeant les enfants de ces publicités ;

Éduquer d'un côté et intoxiquer de l'autre n'est pas une forme de neutralité.

C'est un choix politique.

Et c'est précisément ce choix que nous vous demandons aujourd'hui de reconsidérer.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de notre considération distinguée.

Le président de Paysages de France,
Jean-Marie Delalande

Le correspondant local,
Patrick Marcireau