

AFFICHAGE PUBLICITAIRE DANS L'AGGLOMÉRATION GRENOBLOISE : COUP DE BALAI EN 2020 ?

DÉCRYPTAGE – Demain, la Métropole de Grenoble aura-t-elle un seul et unique règlement local de la publicité ? Et surtout sur quel modèle ? Celui de la Ville de Grenoble qui, en 2014, a mis un terme au contrat Decaux et bouté hors des murs des centaines de panneaux publicitaires ? Ce n'est pas le chemin que semble emprunter la future réglementation locale. Au grand dam de l'association **Paysages de France, pour qui le zonage en préparation fait courir le risque d'une aggravation des inégalités entre territoires.**

La Métropole de Grenoble va-t-elle donner un coup de balai sur son affichage publicitaire ?

La collectivité a commencé à se pencher sur son futur règlement local de la publicité intercommunal. Objectif d'ici juillet 2020 : coucher sur le papier un règlement commun aux 48 communes du territoire (sans Fontaine dont le règlement actuel, postérieur à 2010, restera en vigueur) en lieu et place des dix-huit règlements locaux bientôt caducs.

Et, si possible, faire mieux que la réglementation nationale. « *On a la prétention que ce soit plus vertueux* », résume Yannick Ollivier, le vice-président à la Métro délégué à l'aménagement du territoire. Ce ne devrait pas être trop difficile. La Métro a dressé un état des lieux. Et il n'est pas glorieux : 38 % des dispositifs d'affichage ne respectent déjà pas la réglementation nationale. Reste à faire appliquer la loi. Car le pouvoir de police, lui, est et restera entre les mains des maires...

Paysages de France prend les devants

En attendant, s'il y en a une qui veille au grain, c'est l'association **Paysages de France**. Lors d'une des premières réunions de concertation organisée le 7 novembre dernier, elle s'est, par l'entremise de cinq de ses représentants, invitée à la table de ce que l'on appelle les « *personnes associées* ». Aux côtés des représentants des afficheurs, réunis au sein de l'union des publicitaires extérieurs (UPE).

Manière de mettre en garde ? L'association, connue pour son expertise et ses recours devant les tribunaux, se défend de tout procès d'intention. Mais prévient : « **Paysages de France ne peut ni préjuger des décisions qui seront prises à terme, ni faire de procès d'intention**, souligne-t-elle. *Il serait en effet difficilement compréhensible que la Métropole, qui se veut innovante et à la pointe de l'action en faveur de l'environnement, prenne en matière d'affichage publicitaire des mesures qui contrediraient cette volonté et l'affichage dont elle fait l'objet* », glisse-t-elle, sibylline.



— La Métropole de Grenoble travaille à l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal. Demain, moins de panneaux ?
© Patricia Cerinsek



— © Patricia Cerinsek