

## MÉTROPOLE GRENOBLOISE

# Moins de publicité, mais...



Photo Le DL/Jean-Benoît VIGNY

En février 2020, la Métropole votera le futur Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) qui prévoit notamment la suppression d'espaces publicitaires. Pourtant, l'association Paysages de France s'insurge...



GRENOBLE Le Règlement local de publicité intercommunal va-t-il assez loin ?

# Métropole : moins de publicité à l'horizon, mais...

En février 2020, la Métropole votera le futur Règlement local de publicité intercommunal (RLPI). Les élus saluent majoritairement cette « avancée », l'association Paysages de France s'insurge.

« Grenoble et la Métropole sont considérées comme montrant la voie en matière environnementale. La Métropole se propose de relever le défi climatique et Grenoble postule pour être capitale verte européenne 2022. Ils se présentent comme exemplaires. Or, on a un Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) très loin d'être à la hauteur. Il va même dans le sens inverse de ce qu'on attend. »

« Oui il y a moins de publicité mais ça ne colle pas avec le discours de la Métropole et de Grenoble »

Pierre-Jean Delahousse, président de Paysages de France, une association nationale basée à Grenoble, ne décolère pas. Depuis des mois, l'association multiplie les communiqués et les interpellations. Et si la disparition, en 2015, des 326 panneaux Decaux sur le domaine public à l'arrivée de la majorité d'Éric Piolle à la mairie satisfaisait Paysages de France, son président tempère : « Le contrat du SMTC [Syndicat mixte des transports en commun] avec Decaux, lui, a été signé avant les discussions pour les négociations du RLPI. Donc, nous n'avons pas débattu du statut de la publicité sur les trottoirs. » Il y a pourtant, dans ledit contrat, la suppression de 324 espaces publicitaires (lire ci-contre) et, sur les panneaux restants, 50 % de la publicité devra vanter les commerçants locaux. « Oui, il y a moins de publicité dans le contrat mais ça ne colle pas avec le message de la Métropole et de Grenoble. Ça devrait



Les panneaux 4x3m seront interdits dans le nouveau Règlement local de publicité intercommunal. Photo Le DL/J.-B.V.

passer par une réduction vraiment massive sur les abris pour voyageurs. C'est là que la collectivité doit être innovante. »

■ Yannik Ollivier : « La Métropole est vraiment en avance et en pointe »

Maître d'œuvre du RLPI, Yannik Ollivier, vice-président de la Métropole, nuance, après avoir eu une franche discussion avec l'association : « Quand on compare à d'autres métropoles, nous sommes vraiment très en avance et en pointe. Les panneaux seront limités à 4 m<sup>2</sup>, alors qu'on aurait pu réglementairement rester à 12 m<sup>2</sup>. Par ailleurs, après notre réunion, nous allons clarifier le calcul des surfaces de publicité et l'interdire sur les toitures. » Il souligne encore : « Un maire est soucieux de ses recettes en cette période de disette et pourtant, quand vous dites à Meylan que son budget de 500 000 euros (de recettes publicitaires) va en prendre un coup, le maire n'a pas bronché.

Et je ne vous parle pas d'Échirrolles avec Comboire. »

La grogne touche plutôt ces 24 écrans tactiles que Decaux sera autorisé à installer. « Demain, peste Pierre-Jean Delahousse, Monsieur Decaux pourra dire : "Regardez, même à Grenoble, la ville écolo, on me permet de mettre de la pub numérique et sur les trottoirs". On lui donne donc une carte de visite pour vendre partout ailleurs. C'est plus symbolique mais politiquement, il s'agit

d'une responsabilité extrêmement grave. »

La Métropole, elle, s'appuie sur le rapport d'enquête qui n'avait émis qu'une réserve au RLPI, relatif à la création d'une brigade de contrôle « et nous allons la mettre en place pour voir comment est appliqué le RLPI », dit Yannik Ollivier. Charge à elle d'avertir chaque maire, qui a le pouvoir de police, « et de mettre le doigt là où ça fait mal ».

Jean-Benoît VIGNY

## YANN MONGABURU : « LA PUB NE SERA PAS UNE SOURCE DE REVENUS »

Yann Mongaburu, président du Syndicat mixte des mobilités de l'aire grenobloise (qui a remplacé le SMTC), a rencontré ce lundi les représentants de Paysages de France. « Nous avons échangé et levé quelques éléments de quiproquo. La concertation (pour le nouveau contrat avec Decaux) a été menée de 2016 à 2018 avec 1 000 Métropolitains et des associations environne-

mentales, parce que le contrat arrivait à échéance. » Il poursuit : « La consommation énergétique des écrans de publicité sera réduite de 60 % et nos engagements sont conformes à nos ambitions pour le territoire. La publicité sera, au final, réduite de 20 % avec la suppression des sucettes Decaux et la dépose de 324 cadres de publicité. La collectivité a fait le choix de renou-

## LE RÈGLEMENT

► **Disparition des 4x3.** Limitation de tous les dispositifs à 4 m<sup>2</sup> sur l'ensemble du territoire des 49 communes.

► **Encadrement sur certains axes.**

Il est prévu l'encadrement des dispositifs le long de certains axes de circulation.

► **Limitation des dispositifs numériques.**

Les dispositifs publicitaires numériques (affichage dynamique) seront limités aux seuls abris voyageurs, sur un format de 2 m<sup>2</sup>.

► **Dans les secteurs sensibles.**

Les abords des écoles et le campus seront moins exposés aux publicités.

► **Pas d'enseigne sur les toitures ou en terrasse.**

Les enseignes seront interdites sur les toitures et en terrasse, sauf en zone d'activités.

► **Extinction nocturne.**

Il sera décrété l'extinction nocturne (de 23 h à 7 h du matin) de tous les dispositifs lumineux et numériques, sous réserve d'adaptations s'agissant des activités exercées entre 22 h et 8 h.

veler le mobilier urbain, pour qu'il soit confortable, qu'il ait une meilleure intégration, mais de ne pas faire de la publicité une source de revenus (la part fixe est de 200 000 €). Cet équilibre a prévalu dans la réflexion des élus, de même que le choix de recourir à de l'électricité verte, de l'extinction nocturne et l'interdiction de la publicité sur les trams ou dans les bus. »

## Pour les publicitaires, « il s'agit plus que d'une contrainte »

« Pour nous il s'agit plus que d'une contrainte. » Directeur de l'offre pour « Clear Channel », Dominique Kleiber ne s'en cache pas : le RLPI va singulièrement compliquer le travail des publicitaires. « Les seuls formats qui seront valorisés seront le mobilier urbain (type "sucettes Decaux" et abribus) et le seul format des affiches passe à 4 m<sup>2</sup> (contre 12 m<sup>2</sup> jusqu'à présent). Or, ce ne sont des formats utilisés qu'en zone rurale. Ça ne se fait nulle part ailleurs en ville, sauf dans la métropole grenobloise. Ce qui nous pose une problématique de création de réseaux puisqu'il faudrait une signalétique spécifique pour Grenoble. » Il regrette : « Nous avons appris lors de la dernière réunion que les panneaux passeraient à 4 m<sup>2</sup> au lieu des 8 initialement prévus. Il n'y aura plus vraiment de couverture commerciale. » Président de l'agence de marketing Acid Création, Sébastien Beziau est un peu plus nuancé : « L'affichage est d'abord un média de proximité qui est choisi en fonction de la cible, c'est un outil parmi d'autres. Mais, même si on a enlevé de la publicité de l'espace public, il en



Le contrat qui lie le SMTC et Decaux court jusqu'en 2031. Photo Le DL/J.-B.V.

reste encore, par exemple sur les abribus, les bus et les trams. La nature a horreur du vide, quand un dispositif s'efface, il se transforme et il est remplacé par autre chose. Ce n'est certes pas plus mal qu'il y ait moins de pollution visuelle mais la pub se faufile partout, notamment avec la digitalisation et la géolocalisation. »

J.-B.V.

## LA CONSULTATION

■ **Élections municipales : prenez la parole pour faire part de vos propositions !**

Le Dauphiné Libéré et la plateforme Make.org s'associent pour vous permettre de faire vos propositions. Sur notre site internet (dans tous nos papiers concernant les élections municipales à Grenoble) et sur la plateforme municipale les-grenoble.make.org, vous pouvez déposer des propositions d'actions et voter sur les contributions des internautes. À partir de la mi-février, les dix idées plébiscitées seront soumises à tous les candidats aux municipales de Grenoble. Leurs prises de position sur ces priorités seront révélées par Make.org et Le Dauphiné Libéré avant le premier tour des élections municipales, et lors d'un événement de restitution publique.



Photo Le DL/J.-B.V.