

LE MONDE *diplomatique*

Décembre 2021 - « Grenoble, Ville-test » – Extrait

ON S'APPROCHE DE LA « DOUBLE PENSÉE » – CHÈRE À ORWELL –, QUI AJUSTE DEUX IDÉES OPPOSÉES

Autre entorse aux promesses, qui fait grincer des dents : « *La publicité dans l'espace public a été supprimée, ce qui a contribué à transformer la ville* », écrit M. Piolle dans son livre publié dans la perspective de la primaire (4). Lors de son arrivée au pouvoir, la nouvelle majorité a en effet décidé de ne pas renouveler un contrat avec le groupe JC Decaux. Des centaines de supports furent démontés. L'association Paysages de France, qui a son siège national à Grenoble, jubilait : « *Nous étions aux anges, on voyait un maire transcrire dans les faits notre slogan "pas de pub, des arbres"* », témoigne son porte-parole, M. Pierre-Jean Delahousse.

Cependant, début 2019, le syndicat mixte des transports en commun, présidé par M. Mongaburu, signait un nouveau contrat de concession de douze ans avec ce groupe mondial, pour 1 100 Abribus publicitaires. Le règlement local voté dans la foulée autorisait les supports lumineux, une trentaine d'écrans numériques, mais aussi des dérogations à l'interdiction dans le périmètre du site patrimonial remarquable de Grenoble. « *Pour l'instant, rien ne permet à un syndicat de mobilité de se passer des recettes de la pub, qui représentent 5 % de ses dépenses de fonctionnement* », assure M. Piolle. « *Cela veut dire qu'il donne sa bénédiction à la publicité pour financer des actions des collectivités. C'est gravissime !, tempête M. Delahousse. Comment demander aux gens d'être écocitoyens, quand la "Métro" met plus de mille publicités lumineuses sur les trottoirs ? Pour JC Decaux, c'est un cadeau vraiment inespéré. En bons annonceurs, ses représentants disent partout : "Même à Grenoble, ils acceptent."* »