

A la sortie d'un collège isérois, un abribus affiche des **pubs de boissons alcoolisées ou de malbouffe**. L'association paysage de France dénonce une « *exposition imposée aux mineurs* », contradictoire avec les politiques de santé publique.

Polémique en Isère : bière et malbouffe s'invitent à la sortie du collège

C'est un abribus comme tant d'autres. Le hic, c'est qu'il se trouve à quelques mètres du collège de la Moulinière à Domène, en Isère. Et que les affiches publicitaires y vantent trop souvent, au goût de l'association Paysages de France, « *des boissons alcoolisées mises en scène comme désirables, des chaînes de fast food délicieusement attractives, ou encore des produits ultra transformés, riches en sucre, en graisse et en sel* ». Chaque jour en effet, des mineurs âgés de 11 à 15 ans attendent ici leur bus. Impossible pour eux d'ignorer ces messages. Le regard est forcément attiré par ces images lumineuses, séduisantes, soigneusement conçues pour capter l'attention. Pour Paysages de France, « *l'affichage urbain n'est pas neutre* ». Et « *cette exposition imposée, répétée, invisible, est inacceptable car ces élèves n'ont pas choisi ces publicités* », déplore Patrick Marcireau, le référent isérois de Paysages de France. Il cite alors l'exemple de la municipalité de Grenoble qui a choisi de fortement réduire l'espace alloué aux panneaux publicitaires pour lutter contre ce phénomène.

Dans une lettre adressée au maire de Domène, Chrystel Bayon, au président de la métropole de Grenoble, Christophe Ferrari, au député de l'Isère Jérémie Jordanoff, au président du syndicat des mobilités (SMMAG) Sylvain Laval et au directeur régional de JC Decaux Laurent Voudoyer, l'association dénonce une « *situation ni anecdotique ni marginale* ». Et demande « *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 et une révision des règlements de publicité protégeant les enfants de ces publicités* ».

La société JC Decaux, liée par contrat au SMMAG, précise que « *les visuels, notamment sur l'alcool, sont strictement encadrés par la loi Évin* » et, dans le cas cité par Paysages de France, en l'occurrence une bière fortement alcoolisée aromatisée à la cerise, « *l'avoir respectée, avec les mentions de prévention qui s'imposent* ». Elle explique aussi qu'après ce visuel commercial « *a été affichée une publicité soutenant une grande cause à titre gracieux* ». Mais l'argument ne convainc pas les opposants qui rappellent que « *la loi Évin prohibe l'affichage incitant à la consommation de boissons alcoolisées dans un périmètre de 100 mètres autour des établissements et restaurants scolaires et universitaires, ainsi que dans les enceintes sportives* ».

Flou sur les responsabilités

Le député écologiste Jérémie Jordanoff, interpellé, estime que « *ces publicités toxiques devraient être inter-*

pas répondre à cette polémique. La municipalité, en revanche, « *partage les griefs de l'association* » mais renvoie elle aussi la balle au SMMAG et à JC Decaux, arguant qu'elle « *n'est jamais consultée pour le contenu de ces publicités* ». Elle pourrait toute-



Paysages de France veut, entre autres, interdire toute publicité pour l'alcool à proximité des établissements scolaires

dites, du moins fortement limitées dans l'espace public ». Il pose cependant la question : « *le SMMAG ne peut-il pas aller plus loin que la loi Eva dans son contrat avec JC Decaux ? Très franchement, la société ne pourrait-elle pas, elle aussi, aller plus loin que la loi ? Ça ne leur coûte rien et ce serait du bon sens de ne pas afficher ce genre de publicité aux abords d'établissements scolaires* ». Et d'ajouter que « *ce serait même dans l'intérêt des annonceurs* ».

Mais alors qui est responsable au final ? « *Le gestionnaire des transports publics ? Le maire ? Le président de la métropole ? L'afficheur ? Le législateur ?* », s'interroge l'association qui a un début de réponse : « *En fait, personne n'est vraiment responsable, parce que tout le monde l'est un peu. Cette dilution des responsabilités est précisément ce qui permet à ces situations de perdurer* ». Et la réponse laconique de la métropole conforte ce flou : « *ce sujet relève de la compétence du SMMAG et M Tag (l'exploitant du réseau de transport en commun de la métropole grenobloise, NDLR). Qui à son tour, ne souhaite*

fois avoir son mot à dire par son pouvoir de police en matière de publicité extérieure, elle qui instruit les demandes d'autorisation préalable à l'installation, à la modification et au remplacement des publicités. Elle considère que ce débat concerne « *l'ensemble des acteurs concernés si on veut redoubler de vigilance pour éviter que cette situation se reproduise* ».

A Domène, commune de 7000 habitants, la polémique pourrait sembler mineure. Mais pas pour Paysages de France, pour qui cet abribus doit devenir un exemple national, parce que « *l'espace public ne peut diffuser les messages qui contredisent frontalement des politiques nationales de prévention* ». Pour Patrick Marcireau, père de famille, « *si l'espace public est réellement un espace commun, alors il doit être protégé. et tous les efforts menés par les enseignants à l'intérieur du collège pour former des citoyens éclairés ne peuvent être sabotés dès la sortie* ».

Emmanuelle Dufféal