

Les associations reprennent la Bastille !

Résistance à l'Agression Publicitaire↵

SPPEF – Sites et Monuments↵

Paysages de France↵

Amis de la Terre↵

Agir pour l'Environnement↵

Les Déboulonneurs

Communiqué de l'association Paysages de France↵

Contact presse :↵

Sites & Monuments, Julien Lacaze, vice-président : 06 24 33 58 41



Ce samedi 10 décembre, les associations ont repris symboliquement la Bastille pour dénoncer le scandale des bâches publicitaires sur les monuments historiques lors de travaux. Elles demandent à la Ministre de la Culture, Audrey Azoulay, un plafonnement de cet affichage à 12 m², pour mettre fin au gigantisme publicitaire que rien ne justifie.↵ Depuis début novembre, une bâche publicitaire revêt la Colonne de Juillet, allongeant ainsi la longue liste des sites actuellement touchés à Paris (1). « Après l'Opéra Garnier (2), on s'attaque aux tombeaux ainsi qu'aux symboles de la République » s'insurge **Laurent Fetet de Paysages de France**. « Bel hommage et beau respect pour les 700 révolutionnaires enterrés sous ces publicités. » En effet, l'afficheur vante l'espace publicitaire de la Bastille comme un « Monument Historique, dédié à la mémoire de la révolution de 1830, symbole d'union nationale et d'émotion collective »(3)



Les 5 000 m² de bâches publicitaires cumulés sur les monuments à Paris représentent l'équivalent du total des 350 emplacements publicitaires de 8 m² de son mobilier urbain, alors même que le code de l'environnement interdit formellement l'affichage publicitaire sur ces lieux exceptionnels.↵

Pour **Julien Lacaze, de l'association Sites et Monuments**, « une opération discrète, qui s'apparenterait à du mécénat, serait une alternative crédible au système actuel, celui-là même qui dénature nos plus beaux sites urbains ». **Khaled Gaiji, de Résistance à l'Agression Publicitaire**, ajoute que « ces affiches géantes nous habituent à des formats publicitaires imposants et donc intrusifs, et ce, en des lieux où ils sont habituellement interdits ». **Stéphen Kerckhove de l'association Agir pour l'Environnement** s'inquiète de « voir les appels à la surconsommation de plus en plus insistants à l'heure où il faudrait prôner la sobriété ». Pour **Florent Compain, des Amis de la Terre**, « il faudrait comparer les 10 à 12 millions d'euros perçus chaque année pour ces bâches (4) avec l'évasion fiscale des annonceurs qui s'y affichent ! »



Les associations ont donc réagi en apposant deux banderoles sur la palissade du chantier de la Bastille : « **Stop pub monumentales** » et « **Débâchons la Bastille** », pour accompagner leur proposition de modification(5).↵

Nous demandons à Audrey Azoulay de prendre une mesure simple et forte en rendant le financement des travaux par la publicité compatible avec son objet patrimonial. Notre proposition commune de plafonnement, simple à mettre en œuvre, ne demande pas de débats parlementaires et peut notamment s'inscrire dans le cadre des décrets d'application de la loi Création et Patrimoine(6).

Notes –

1 – « [Publicités géantes, grande roue et baraquements, c'est Paris aujourd'hui](#) », La Tribune de l'art, 29/16/2016↵

2 – « L'art est partout, il est dans tout : dans la rue comme dans le musée, et je dénie le droit que s'arrogent quatre ou cinq industriels de maculer avec leurs enseignes outrepassantes la ville qui abrite un million d'habitants » Charles Garnier, « [Les affiches agaçantes](#) », La Gazette des beaux-arts, 1er décembre 1871↵

3 – [Site internet de JCDecaux](#)↵

4 – « [Fin des bâches publicitaires sur les monuments classés : pas tous d'accord](#) », Le Moniteur, 23 mars 2015.↵

5 – [Lettre à Audrey Azoulay](#) du 8 décembre 2016↵

6 – Cette proposition a été communiquée au ministère par [Sites & Monuments](#) dans le cadre de l'élaboration des décrets de la loi Création et Patrimoine