

Agglorama

Pollution publicitaire : l'Unesco bientôt alertée ?

MÉTROPOLE Trois associations critiquent le nouveau règlement intercommunal de publicité, adopté en 2017. Et menacent de saisir l'Unesco

DENIS LHERM
d.lherm@sudouest.fr

Trois associations favorables à la limitation de la publicité commerciale dans les villes viennent de lancer un appel solennel à Alain Juppé, président de Bordeaux Métropole. **Paysages de France**, **Résistance à l'agression publicitaire** et **Sites & monuments** estiment que le règlement local de publicité intercommunal (RLPI), adopté à l'échelle de la Métropole en 2017, est beaucoup trop laxiste. Ces trois associations avaient déjà exprimé tout le mal qu'elles pensent du RLPI lors de la phase d'enquête publique, alors qu'il n'était encore qu'un projet. Estimant qu'elles n'ont pas été entendues, elles reviennent à la charge, un mois après la polémique suscitée par le projet gouvernemental de tester la publicité peinte au sol à Bordeaux.

1 Le RLPI de Bordeaux Métropole est tout récent

Le règlement local de publicité intercommunal date de 2017, il s'applique aux 28 communes qui forment la Métropole. Auparavant, chaque commune avait son propre règlement. L'objectif du nouveau règlement reste le même : adapter aux spécificités locales la réglementation nationale portant sur l'affichage publicitaire. Le RLPI fixe la règle du jeu : taille des enseignes, em-

placement, type de mobilier, interdictions éventuelles selon les secteurs, ce que l'on peut faire, ce que l'on ne doit pas faire, etc. Celui de Bordeaux Métropole a nécessité trois ans de travail. Il avait pour objectif d'harmoniser ce qui se faisait dans l'agglomération et de lutter contre la prolifération des affiches et enseignes.

2 La fin du 4x3, « un leurre, une entourloupe »

L'une des mesures phare du nouveau RLPI est la suppression progressive du 4x3, le panneau publicitaire de 12 m² le plus implanté et le plus visible. On y vend la chipolata à prix cassé aussi bien que le dernier modèle de chez Audi. Mais pour Pierre-Jean Delahousse, porte-parole de Paysages de France, cette disparition est trompeuse : « Bordeaux adopte un panneau de 8 m², mais c'est trompeur : si l'on ajoute la taille du cadre, on revient presque sur du 4x3. C'est un leurre, une véritable entourloupe. »

3 Les zones patrimoniales pas vraiment protégées ?

Selon les associations, le nouveau RLPI introduit une dérogation permettant de placer de l'affichage publicitaire dans des secteurs patrimoniaux : secteur sauvegardé de Bordeaux, quartier Frugès de Pessac, vieux Lormont. Y compris dans la zone des 100 mètres autour des



L'affichage de 8 m², censé remplacer le célèbre 4x3 désormais banni. Ici quai de la Souys, à Bordeaux Bastide. PHOTO LAURENT THEILLET

monuments historiques, où la pub est en principe interdite. « Le règlement déroge à ces interdictions, il ne les mentionne même pas. Les élus et la population sont désinformés et même induits en erreur », estime Pierre-Jean Delahousse. Dans ces secteurs, les pubs sur des panneaux fixes ancrés au sol, ou utilisant le mobilier urbain (station de bus par exemple) sont « la pire des pollutions ».

4 Conflit d'intérêt de la part du prestataire privé ?

Pour bâtir son RLPI, la Métropole s'est tournée vers Cadre & cité, un prestataire privé spécialisé. C'est lui qui a réalisé le diagnostic initial, fait

un vaste état des lieux dans l'agglomération et fait diverses propositions. Ce qui pose un problème, du point de vue des associations, car Cadre & cité se propose également comme intermédiaire pour aider les collectivités dans leurs démarches pour signer des contrats de publicité sur le mobilier urbain. « Il y a un conflit d'intérêt évident. »

5 « Si rien ne bouge, on alertera l'Unesco »

De son côté, la Métropole rappelle que le nouveau règlement de publicité a fait l'objet d'intenses négociations avec toutes les communes concernées, lors de la phase de concertation. Et qu'il poursuit un ob-

jectif principal : dépolluer au maximum l'espace public. Mais pour les trois associations, il manque d'ambition et d'autorité. « Si rien ne bouge, prévient Pierre-Jean Delahousse, on alertera l'Unesco. La publicité sur des panneaux de 8 m² est autorisée dans le périmètre Unesco, ce n'est pas acceptable. S'il n'y avait pas de règlement de publicité à Bordeaux, la loi interdirait tout simplement tout affichage publicitaire dans les secteurs protégés. Or, le règlement local prend une dérogation pour l'autoriser. On ne peut pas laisser faire cela. » Outre Alain Juppé, les associations veulent aussi sensibiliser les maires de chaque commune de la Métropole.