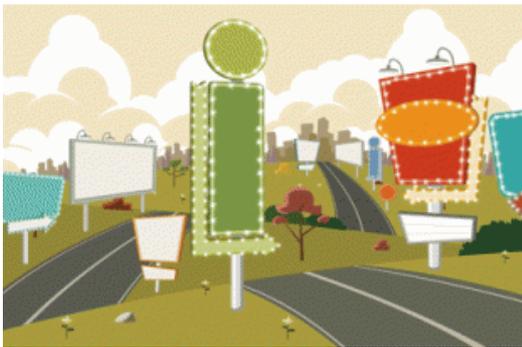


# Publicité sur les trottoirs : on ne marche pas !

Publié le 30/01/2018 • Par Auteur associé • dans : [France](#), [Opinions](#), [Opinions](#)



**A l'heure où la publicité est de plus en plus rejetée par les Français, où la plupart des grandes villes mettent en place des règlements de publicité très draconiens, pourquoi vouloir nous imposer toujours plus de supports publicitaires ? Ces marquages au sol ont certes un impact moindre que des panneaux de 4 x 3 mètres, mais ils viennent s'ajouter à l'existant, saturant notre champ visuel.**



**Laurent Fetet**

président de Paysages de France

Le décret autorisant l'expérimentation de marquages publicitaires sur les trottoirs avait été publié la veille de Noël. A l'ouverture des soldes, il est déjà bradé... Comme un mauvais cadeau, mal choisi, de mauvaise qualité.

C'était pourtant du sur-mesure : la société à l'origine du projet – consistant à « imprimer » un message publicitaire en décapant le sol au travers d'un pochoir – est basée à Lyon et possède des plateformes à Nantes ou Bordeaux, les trois villes, quel hasard, qui avaient été choisies pour tester ce nouveau mode de publicité... On rappellera que Gérard Collomb, l'un des ministres porteurs de ce décret, est l'ancien maire de Lyon.

Mais les municipalités de Nantes et Bordeaux, dénonçant le manque de concertation, ont immédiatement annoncé qu'elles s'opposeraient à cette nouvelle invasion : elles ne souhaitent pas ajouter une inutile pollution visuelle supplémentaire, préférant, pour développer leur attractivité, valoriser leurs paysages urbains et leurs atouts patrimoniaux. Un arrêté paru au « Journal officiel » a donc suspendu l'expérimentation dans ces deux agglomérations. Seule la métropole de Lyon devrait par conséquent expérimenter la publicité au sol, si la concertation en cours avec les différentes communes qui la composent

valide cette possibilité. Pour Villeurbanne, deuxième ville de la métropole, ce sera non.

Mais à l'heure où la publicité est de plus en plus rejetée par les Français, où la plupart des grandes villes mettent en place des règlements de publicité encore plus draconiens que le code de l'environnement, pourquoi vouloir nous imposer toujours plus de supports publicitaires ? Si ces marquages ont un impact moindre que des panneaux de 4 x 3 mètres, il faut bien comprendre qu'ils ne les remplaceront pas, mais viendront s'ajouter à l'existant, saturant notre champ visuel jusqu'au bout de nos chaussures. Nous, bien que piétons, on ne marche pas !

Avant ce décret, et en toute illégalité, plusieurs sociétés ont déjà testé les annonces sur les trottoirs, travaillant même avec des collectivités locales censées faire appliquer la loi. Mais rendre légale une pratique qui ne l'est pas au seul profit de quelques-uns, changer la loi parce que certains ne la respectent pas est une idée bien inquiétante. Que valent donc le cadre de vie et l'environnement de nos concitoyens aux yeux de tels décideurs ? Devant le tollé soulevé par ce projet, on nous vante alors l'aspect « éphémère » de ces publicités. Mais c'est un aveu ! Annoncer que les publicités ne seront pas visibles très longtemps, c'est reconnaître leur impact. C'est dire à demi-mot : « Certes, on va vous pourrir vos trottoirs, mais ne vous inquiétez pas, dans dix jours, ça ne se verra plus ! » Depuis quelques années, c'est par tous les bouts que les lobbies publicitaires tentent de détricoter le code de l'environnement. La mobilisation de nos concitoyens et d'associations comme la nôtre arrive parfois à contenir ces attaques, comme en 2016 lorsque le ministre de l'Economie de l'époque souhaitait imposer des panneaux plus grands et plus nombreux jusque dans des petits villages.

Gageons que les Lyonnais, lors de l'évaluation de cette expérience, exprimeront massivement le ras-le-bol général face au « toujours plus » de publicité et sauront défendre leur bout de trottoir au nom de tous les nôtres !

## RÉFÉRENCES

- [Décret n° 2017-1743 du 22 décembre 2017, JO du 24 décembre](#)
- [Arrêté du 8 janvier 2017, JO du 9 janvier](#)

Cet article est en relation avec le dossier

- [Aménagement urbain : Quand la ville se livre au privé](#)