

PUBLICITÉ :

LE TON MONTE ENTRE LA MÉTROPOLE DE GRENOBLE ET **PAYSAGES DE FRANCE**

FIL INFO – Alors que les réunions se poursuivent en vue de faire adopter le futur règlement local de la publicité intercommunal sur le territoire de la Métropole de Grenoble, **Paysages de France (re)monte au créneau. L'association dénonce des propositions archaïques et le poids du lobby des afficheurs. Des accusations contre lesquelles la Métro s'inscrit en faux.**

Le ton monte entre **Paysages de France** et la Métropole de Grenoble. Alors que la collectivité travaille à mettre au point son futur règlement local de la publicité intercommunal (RLPI), l'association vient une nouvelle fois jouer les trouble-fêtes.

Paysages de France n'hésite pas à parler de « *scandale environnemental* ». Et accuse la Métropole de se laisser mener par le bout du nez par le lobby des afficheurs.

L'association avait déjà pris les devants en novembre dernier. Avec ce nouveau règlement dont l'élaboration est confiée au cabinet Even Conseil, elle disait craindre une occupation massive des voies publiques et une aggravation des disparités entre quartiers.

Après plusieurs mois de réunions et de concertation, **Paysages de France*** enfonce le clou. « *Le sentiment est que rien ne bouge, autrement dit que les orientations et la "philosophie" présentées aujourd'hui sont très exactement les mêmes que celles présentées à l'origine* », assène Paysages de France dans un communiqué.

La publicité numérique autorisée dans les zones d'activité ?

Pour l'association, la politique de zonage qui se dessinerait se traduirait par un blanc-seing donné à la publicité dans les faubourgs et les quartiers dits modernes, où « *tous les supports de publicité seraient autorisés* ». À l'exception toutefois des « *dispositifs lumineux numériques avec des formats restreints* ». La publicité numérique, elle, serait autorisée dans les zones d'activité, moyennant un contrôle des formats.



« Alors que tout devrait être fait pour en finir avec « l'abomination » (Michel Serres), « l'horrible furonculose » (Philippe Val) qui caractérisent la plupart des zones d'activités "à la française" et alors que l'une des priorités est de tourner la page de pratiques archaïques en réhabilitant, en verdissant et en dépolluant ces secteurs, le projet concocté avec les « conseils » du cabinet Even envisage au contraire de conforter cette situation, autrement dit de charger la barque là où c'est le plus "moche" », tance l'association.

« Aucune décision n'a été prise ! »

Et Paysages de France de prendre les devants. Car l'association craint que la publicité ne fasse irruption sur les trottoirs, *« même là où elle est normalement interdite par le code de l'environnement ».*

Des assertions qui font bondir Yannick Ollivier, le vice-président à la Métro en charge du dossier. *« C'est une série d'erreurs et d'interprétations fausses qui les amènent à s'enfermer dans leur sectarisme »,* a répondu l'élu sans entrer dans le détail de ces allégations. *« Il y a des propos totalement erronés. Et, au demeurant, aucune décision n'a été prise puisqu'il ne s'agit là que de séminaires et de consultations. Rien n'est encore arrêté. »*

PC

* L'association avait été conviée à une réunion en tant que personne publique associée, le 27 mars dernier.