

samedi, 21 novembre 2020

L'association **Paysages de France** vient d'attribuer, pour l'année 2020, ses prix de France moche. Outre celui du fleurissement publicitaire, celui de la mise en valeur du patrimoine et celui de la triste banalité, un prix spécial de la zone commerciale la plus moche a été définitivement décerné, *pour l'ensemble de son œuvre*, à la zone de Saint-Germain-du-Puy dans la banlieue de Bourges (Cher).



*Un panneau ça va. Trois panneaux, bonjour les dégâts !  
©Fabrice Simoes*

L'association **Paysages de France** « remercie ses adhérents qui ont participé en nombre au Prix de la France Moche 2020. Grâce à eux, l'association a décidé d'attribuer cette année quatre prix à des villes "candidates" (ce sont en général des administrés qui font parvenir des photos pour candidater, NDLR) qui ont su faire la différence et se distinguer dans chacune des catégories... » Dès la fin du dépouillement des votes, chaque maire a été félicité pour l'obtention de son prix, en lui signalant toutefois qu'il avait les moyens, au travers du règlement local de publicité, de mettre fin à cette anarchie publicitaire impactant fortement les paysages quotidiens. La

lauréate "pour l'ensemble de son œuvre" : Saint-Germain-du-Puy dans la banlieue de Bourges, dans le Cher.

Déjà bien établie au début des années soixante-dix, la zone commerciale germinoise est loin d'être pratique d'accès et à la limite de quelconque forme de logique dans son déploiement géographique relativement anarchique.



Sur plus d'un kilomètre de long, de chaque côté de la route, les blocs commerciaux se succèdent entre parking et routes dévolue à une ou plusieurs enseignes. Elle n'a pas non plus le privilège d'avoir plus, mais surtout pas moins, de pollution visuelle que d'autres dans l'Hexagone mais le commentaire lié à l'attribution de cette distinction peu enviée est pourtant dithyrambique : « *le défi n'était pas évident : comment rendre invisibles les panneaux de signalisation ? Il est ici relevé haut la main : l'accumulation de panneaux publicitaires, enseignes, poteaux et autres lampadaires les noie parfaitement dans le "paysage". Dommage qu'il subsiste quelques mètres carrés vierges de toute installation...* »

L'association, née en 1992, et régie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901, est agréée dans le cadre national au titre de l'article L. 141-1 du Code de l'environnement et « *Paysages de France est une association qui lutte pour la sauvegarde des paysages. Elle combat notamment l'affichage publicitaire illégal et vise à faire évoluer la réglementation relative à la publicité extérieure* ». Selon

sa propre présentation elle est « *un interlocuteur habituel et reconnu du ministère chargé de l'environnement et de l'écologie, à l'occasion par exemple des débats parlementaires sur le projet de loi portant engagement national pour l'environnement (dit « Grenelle II ») ainsi que lors des travaux de préparation à la rédaction du décret d'application de ce même projet de loi* ». Sa démarche entend inciter les élus locaux à prendre des mesures pour diminuer la taille et le nombre de ces panneaux publicitaires.

A l'heure où les finances des communes sont largement impactées par les diminutions de la fiscalité locale et des transferts financiers de l'État, la zone commerciale de la route de La Charité – c'est le nom habituel donné à ce secteur géographique marchand – est un apport non négligeable dans la colonne recettes de la commune de Saint-Germain-du-Puy. Cela n'excuse pas tout, tout comme son antériorité à son manque de démarche globale et architecturale, mais peut, peut-être, expliquer cela.

## Saint-Germain n'est pas la seule commune « gagnante » du Centre-Val de Loire

La région centre-Val de Loire est décidément mise à l'honneur par l'association Paysages de France dans son palmarès 2020. En plus de Saint-Germain-du-Puy (Cher), la commune de Saint-Jean-de la Ruelle (Loiret), nommée elle aussi, a remporté la victoire dans la catégorie *triste banalité*. Les deux autres villes gagnantes sont Alès (*Fleurissement publicitaire*) et Aubenas (*Mise en valeur du patrimoine*).

Fabrice Simoes

### Le palmarès 2020

- **Prix du fleurissement publicitaire** : Alès (Gard). Alès a su exploiter une belle perspective qui laissait un peu trop de place aux espaces verts. Une belle réussite, bravo !
- **Prix de la « mise en valeur » du patrimoine** : Aubenas (Ardèche). Le château du XIIe siècle, classé au titre des monuments historiques depuis 1943, donne vraiment un air vieillot à Aubenas. Heureusement, une touche de modernité est apportée par de nombreux dispositifs colorés disposés au gré des rues.
- **Prix spécial pour l'ensemble de son « œuvre »** : Saint-Germain-du-Puy (Cher). Le défi n'était pas évident : comment rendre invisibles les panneaux de signalisation ? Il est ici relevé haut la main : l'accumulation de panneaux publicitaires, enseignes, poteaux et autres lampadaires les noie parfaitement dans le « paysage ». Dommage qu'il subsiste quelques mètres carrés vierges de toute installation...
- **Prix de la [triste] banalité** : Saint-Jean-de-la-Ruelle (Loiret). Pas si simple de faire comme tant d'autres communes françaises en rendant banales à l'extrême les entrées de ville. C'est pourtant la prouesse que réalise Saint-Jean-de-la-Ruelle en imitant ce qui se fait... partout. Nos félicitations.