

Prix de la France Moche: Why is there an 'Ugly Towns' award?

The inaugural Prix de la France Moche awards provoked anger among some winners - but organisers reveal why the nominations are necessary.

2 February 2021



Saint-Germain-du-Puy is one of the winners of the Prix de la France Moche awards thanks to its quantity of advertising signs, posts, shop signs, and other lights

Four winners have been named in the inaugural Ugly Towns in France awards – and their mayors are not pleased.

The Prix de la France Moche was set up by an association fighting the spread of advertising hoardings

Paysages de France tried to award prizes to towns that made significant efforts to get rid of illegal advertising “but found it difficult to find any”, the association’s JeanMarie Delalande told *The Connexion*.

From the late 1980s to the early 2000s, some towns had kilometres of advertising panels along main roads into the built-up areas, even though a law setting out strict controls had been on the books since 1979.

The association was founded in 1993, and initially concerned itself with a range of issues touching the protection of the French visual environment before shifting its focus to advertising panels. **Paysages de France** was active in the Grenelle de l’Environnement debate in 2007, and succeeded in getting the laws tightened further in a law published in 2010 which came into effect in 2015.

“There has been an improvement, but you only have to look at most towns and cities in France to see that the laws are still flouted,” said Mr Delalande. “Enforcement is left to the mayors and the prefects.

'The mayors often, because they pass the signs every day, stop seeing them'

"They are reluctant to take action because it will upset the owner of the business affected, and shopkeepers can be an important force in local politics.

“For the prefects, the problem is that prefectures often have no staff and no recourse to deal with illegal advertising, so they just do not bother, even though they have a duty to do so.

“Even when they are taken to court, they prefer to defy the law rather than obey judgments and, shockingly, successive ministers of the environment have encouraged them to do so.

“Fundamentally, there is a lack of political will to tackle the problem we feel profoundly affects everyone in France – no one deserves to live in places deliberately made ugly.”

The association has won 93 decisions against the state, the most recent against the prefect of the Gironde department for not taking action when a law banning advertising panels in national parks was flouted.

Mr Delalande said: “For us, the battle has to go on and it is shocking that the environment minister, Barbara Pompili, like all but one of her predecessors since Ségolène Royal, is appealing against the decision in the Gironde case.

“The state has lost all the appeals it has made but it keeps hoping it will win just one and set a legal precedent. This time they are changing the motive of the appeal, saying the law banning advertising panels in national parks, which is written in black and white in the law books, is a ‘discretionary law.’ It is unbelievable.”

The association believes the battle against illegal advertising ties in with wider concerns about civic life in France. “When you look at who has the biggest, brightest and often most illegal signs, it is the supermarkets, the hypermarkets, the fast-food restaurants, the telephone companies and the perfume sellers,” Mr Delalande said.

“They are competing against smaller shops and restaurants which are more locally based and feel more responsibility to the communes they live in.”

The four winners of the Prix de la France Moche awards

1. **Alès, Gard**, which won for “the flowering of advertising” in the commune. The citation reads: “You have shown how to exploit a good viewpoint to leave no green spaces... Bravo.”
2. **Aubenas, Ardèche**, for its “contribution to heritage”. “The chateau built in the 12th century, a historic monument since 1943, really makes the town look old-fashioned. Happily, a touch of modernity has been given by the numerous touches of colour in the streets...”
3. **Saint-Germain-du-Puy, Cher**, which won an award “for the totality of its work”. “The challenge was considerable: how to make sure that road signs became invisible. “You have done well, the accumulation of advertising signs, posts, shop signs, and other lights has swamped the road signs. Shame there are still some green spaces...”
4. **Saint-Jean-de-la-Ruelle, Loiret**, for “being sadly banal”. “It is hard to make the entrance to your town look as banal as any number of French towns. Nevertheless it is something the town has managed by imitating everyone.”

Prix de la France Moche: Pourquoi y a-t-il un prix «Ugly Towns»?

Le prix inaugural du Prix de la France Moche a provoqué la colère de certains lauréats - mais les organisateurs révèlent pourquoi les nominations sont nécessaires.

2 février 2021



Saint-Germain-du-Puy est l'un des lauréats du Prix de la France Moche grâce à sa quantité d'enseignes publicitaires, poteaux, enseignes de magasins et autres luminaires

Quatre lauréats ont été nommés dans le cadre du premier prix Ugly Towns in France - et leurs maires ne sont pas ravis.

Le Prix de la France Moche a été mis en place par une association luttant contre la diffusion des panneaux publicitaires

Paysages de France a tenté de décerner des prix aux villes qui ont fait des efforts importants pour se débarrasser de la publicité illégale «mais ont eu du mal à en trouver», a déclaré à *The Connexion* Jean-Marie Delalande de l'association .

De la fin des années 1980 au début des années 2000, certaines villes disposaient de kilomètres de panneaux publicitaires le long des routes principales menant aux agglomérations, même si une loi établissant des contrôles stricts était en vigueur depuis 1979.

L'association a été fondée en 1993 et s'est d'abord intéressée à une série de problèmes touchant la protection de l'environnement visuel français avant de se concentrer sur les panneaux publicitaires. **Paysages de France** a participé activement au débat du Grenelle de l'Environnement en 2007 et a réussi à faire durcir davantage les lois dans une loi publiée en 2010 et entrée en vigueur en 2015.

"Il y a eu une amélioration, mais il suffit de regarder la plupart des villes de France pour voir que les lois sont toujours bafouées", a déclaré M. Delalande. «L'exécution est laissée aux maires et aux préfets.

`` **Les maires souvent, parce qu'ils passent les panneaux tous les jours, arrêtent de les voir** ''

«Ils sont réticents à agir car cela dérangerait le propriétaire de l'entreprise concernée, et les commerçants peuvent être une force importante dans la politique locale.

«Pour les préfets, le problème est que les préfectures n'ont souvent ni personnel ni recours pour faire face à la publicité illégale, donc ils ne s'en soucient pas, même s'ils ont le devoir de le faire.

«Même lorsqu'ils sont traduits en justice, ils préfèrent défier la loi plutôt que d'obéir aux jugements et, de façon choquante, les ministres successifs de l'environnement les ont encouragés à le faire.

«Fondamentalement, il y a un manque de volonté politique pour s'attaquer au problème qui, selon nous, affecte profondément tout le monde en France - personne ne mérite de vivre dans des endroits délibérément rendus laids.

L'association a remporté 93 décisions contre l'Etat, la plus récente contre le préfet du département de la Gironde pour ne pas avoir agi lorsqu'une loi interdisant les panneaux publicitaires dans les parcs nationaux a été bafouée.

M. Delalande a déclaré: «Pour nous, la bataille doit continuer et il est choquant que la ministre de l'Environnement, Barbara Pompili, comme tous ses prédécesseurs sauf un depuis Ségolène Royal, fasse appel de la décision dans l'affaire Gironde.

«L'État a perdu tous les appels qu'il a lancés, mais il continue d'espérer qu'il n'en remportera qu'un seul et créera un précédent juridique. Cette fois, ils modifient le motif de l'appel, affirmant que la loi interdisant les panneaux publicitaires dans les parcs nationaux, qui est écrite en noir et blanc dans les livres de droit, est une «loi discrétionnaire». C'est incroyable."

L'association estime que la lutte contre la publicité illégale est liée à des préoccupations plus larges concernant la vie civique en France. «Quand vous regardez qui a les enseignes les plus grandes, les plus lumineuses et souvent les plus illégales, ce sont les hypermarchés, les supermarchés, les fast-food, les compagnies de téléphone et les parfumeurs», a déclaré M. Delalande.

«Ils sont en concurrence avec de plus petits magasins et restaurants qui sont plus locaux et se sentent plus responsables envers les communes dans lesquelles ils vivent.»

Les quatre lauréats du Prix de la France Moche

1. **Alès, Gard**, qui a gagné pour «l'épanouissement de la publicité» dans la commune. La citation se lit comme suit: "Vous avez montré comment exploiter un bon point de vue pour ne laisser aucun espace vert ... Bravo."
2. **Aubenas, Ardèche**, pour sa «contribution au patrimoine». «Le château construit au XIIe siècle, monument historique depuis 1943, donne vraiment à la ville un aspect démodé. Heureusement, une touche de modernité a été donnée par les nombreuses touches de couleur dans les rues... »
3. **Saint-Germain-du-Puy, Cher**, qui a remporté un prix «pour la totalité de son œuvre». «Le défi était de taille: comment faire en sorte que la signalisation routière devienne invisible. «Vous avez bien fait, l'accumulation de panneaux publicitaires, de poteaux, d'enseignes de magasins et d'autres lumières a submergé les panneaux de signalisation. Dommage qu'il y ait encore des espaces verts... »
4. **Saint-Jean-de-la-Ruelle, Loiret**, pour «être tristement banal». «Il est difficile de rendre l'entrée de votre ville aussi banale que n'importe quel nombre de villes françaises. Néanmoins, c'est quelque chose que la ville a réussi en imitant tout le monde.