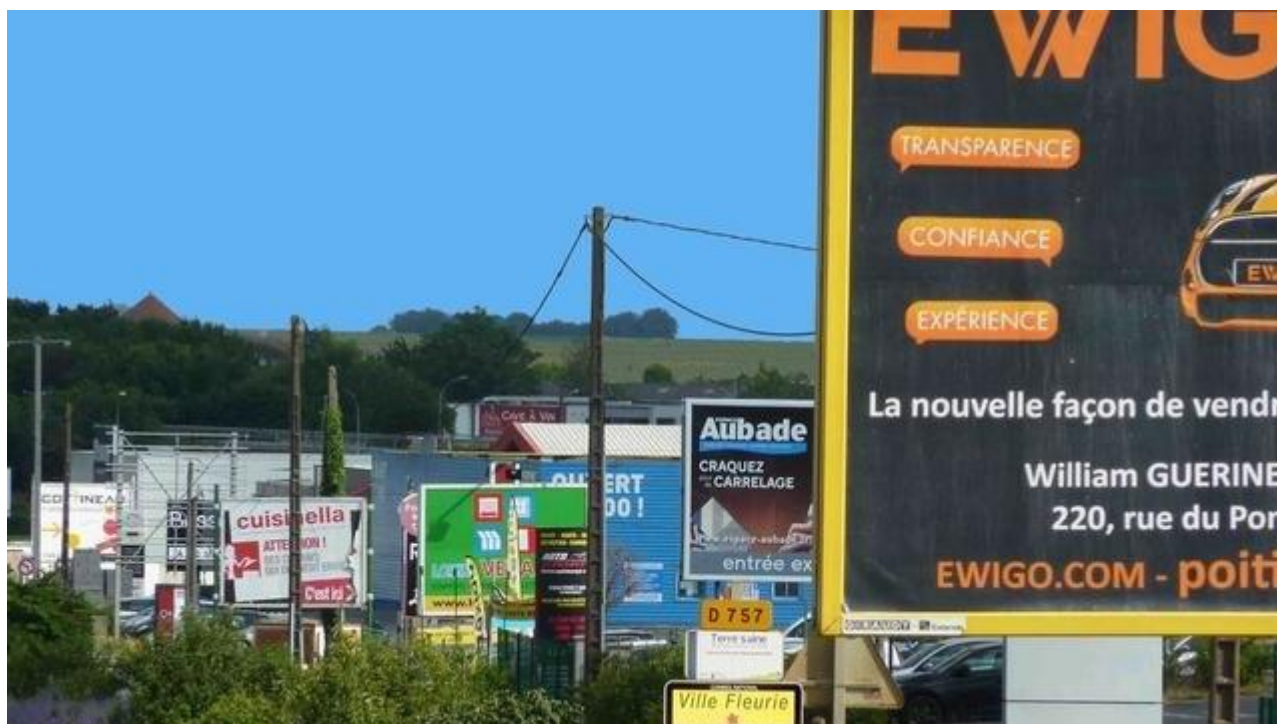


VOICI LA VILLE LA PLUS MOCHE DE FRANCE, SELON UNE ASSOCIATION



La commune de Migné-Auxances a été épinglée par l'association... mais ce n'est pas la seule

Tous les ans, **l'association Paysages de France** décerne les Prix de la France moche, afin de dénoncer la pollution visuelle liée à la publicité. Et si Migné-Auxances (Vienne) sort du lot cette année, trois autres communes françaises ont elles aussi été épinglées.

L'association [Paysages de France](#), qui veut «protéger, réhabiliter et valoriser les paysages urbains et non urbains», lutte ainsi contre toutes les atteintes au paysage et au cadre de vie et contre toutes les formes de pollution, notamment visuelle, rappelle [La Dépêche](#).

C'est donc dans ce but qu'elle a décerné quatre prix très remarquables à quatre villes, les exhortant à agir.

CATÉGORIE «TOMBÉ DANS LE PANNEAU»

Dans la catégorie «Tombé dans le panneau», le prix revient donc à la commune de Migné-Auxances située près de Poitiers (Vienne). «Le jury des

Villes et Villages fleuris n'a accordé qu'une pauvre fleur à Migné-Auxances. Cette commune près de Poitiers méritait pourtant d'obtenir, pour son fleurissement publicitaire, les cinq fleurs d'un label qui n'en compte que quatre», peut-on lire sur le site de Paysages de France.

CATÉGORIE «CAMPAGNE» PUBLICITAIRE

Dans la catégorie «Campagne» publicitaire, c'est Montalieu-Vercieu, dans l'Isère, qui gagne. «A Montalieu, mets ta pub où tu veux ! Dommage cependant d'avoir laissé une face vierge bien tristounette sur l'un des panneaux, pourtant bien placé sur le trottoir», tance l'association.

CATÉGORIE «MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE»

Dans la catégorie faussement élogieuse «Mise en valeur du patrimoine», la commune de Dambach-la-Ville, dans le Bas-Rhin, est la grande gagnante. «Bravo à Dambach-la-Ville qui a compris comment valoriser son patrimoine historique avec son entrée de ville début XXIe, style 'France moche'», s'amuse Paysages de France.

CATÉGORIE «PUBLICITÉ SANS MODÉRATION»

Enfin, côté «Publicité sans modération», la commune du Havre (76), en Seine-Maritime, et le publicitaire JCDecaux remportent le prix.

«Les maires de ces quatre communes ont été félicités pour l'obtention de leur prix, tout en leur signalant qu'ils avaient les moyens de combattre cette invasion publicitaire à fort impact sur les paysages du quotidien», indique, toujours avec ironie, l'association.

«Il est temps, pour de nombreux élus, d'ouvrir les yeux : veulent-ils être les complices d'une France défigurée (...) Pistent-ils réellement apporter une touche de modernité au territoire qu'ils gèrent en laissant s'installer toutes sortes de dispositifs publicitaires jusque sur les trottoirs ? La moindre des choses serait de demander leur avis à leurs administrés !», dénonce encore Paysages de France.