

Midi Libre

Montpellier / Lunel

ENTRÉES DE VILLE / OCCITANIE

LA "FRANCE MOCHE" ENCORE TROP MOCHE

Forêt de pubs, enseignes démesurées...
L'association Paysages de France a dévoilé
son palmarès. Parmi les villes épinglées,
Vendargues, dans l'Hérault. Aujourd'hui,
élus, urbanistes et habitants s'interrogent
sur l'avenir de ces zones.

Nos deux pages dossier



2010

C'est cette année-là, à la faveur d'une enquête de Télérama titrée à la une "Halte à la France moche" pour dénoncer de vieilles politiques économiques et urbanistiques, que le concept a été inventé, qualifiant ainsi ces zones périurbaines, souvent commerciales, qui dégradent l'esthétique de nos entrées de villes. Paysages de France, comme d'autres, s'en sont depuis emparés.



Il y a des règles. On ne peut pas installer n'importe quoi et n'importe comment



“La France moche”, c’est loin d’être la meilleure publicité pour les villes

🕒 3 min • Dossier : Ludovic Trabuchet



C’est une forêt de panneaux qui a valu ce “prix” à Vendargues. DR

Après Alès et Moussac en 2020 et 2022, c’est la ville de Vendargues qui a été pointée du doigt par l’association Paysages de France pour « sa forêt de panneaux publicitaires ». Son objectif : limiter les atteintes à la dégradation des paysages.

C’est un prix que pas une commune ne souhaite recevoir. D’ailleurs, mi-octobre, lorsqu’il a appris que Vendargues venait d’être désignée “ville moche” par l’association Paysages de France dans la catégorie “forêt publicitaire” pour une série panneaux implantée le long de la RN 113, le maire Guy Lauret n’a pas caché son «courroux». «On oppose la France moche à la France qui travaille, celle qui se lève le matin et créé des richesses. Depuis la nuit des temps, s’il n’y a pas de communication, il n’y a pas de business. Ce “prix” est d’autant biaisé que la photo a été prise à l’entrée d’une zone d’activités et cadrée uniquement sur quelques panneaux. J’invite l’association à venir voir que Vendargues, c’est loin d’être la France moche», s’est agacé l’ élu héraultais auprès de MidiLibre.

Jean-Marie Delalande, président des Paysages de France, l’admet: «Vendargues est une très jolie ville avec un cœur de village agréable. Il y a juste, comme dans de nombreuses autres communes, des lieux particulièrement dégradés, donc moches», précise-t-il d’emblée. C’est d’ailleurs à la sortie de la ville, en direction du Crès, que la photo qui justifie ce “trophée” a été prise.

«Notre objectif n’est évidemment pas de stigmatiser telle ou telle commune, mais de faire prendre conscience, à la fois aux élus et au grand public, que leur environnement est régi par des lois et règlements et que les publicités ne peuvent être installées n’importe où et n’importe comment. Il y a en France beaucoup de publicités et d’enseignes illégales qui dégradent le paysage alors même que ces panneaux n’apportent pas grand-chose à l’attractivité des territoires, voire des entreprises. Ce n’est pas parce qu’il y en a vingt autour d’un supermarché qu’il y aura plus de clients», pointe Jean-Marie Delalande. Il considère son association comme «un aiguillon» pour contribuer à gommer ces affichages disgracieux trop nombreux.

RLPI et pouvoir de police

Souvent, cela fonctionne. Avant Vendargues, deux communes gardoises ont été “honorées”: Moussac en 2022 pour un mur couvert de douze panneaux publicitaires et Alès en 2020 pour son «fleurissement publicitaire» le long de la rocade. Et depuis, le maire alésien Christophe Rivenq, qui admet qu’il y avait «trop de panneaux», ditavoir pris «des mesures fortes». «On a supprimé une quarantaine de dispositifs, on en a remis aux normes. Et il y a encore du travail, mais il faut réussir à allier dynamique commerciale, économique et qualité de vie», soupèse l’ élu. Laville de Moussac a fait de même, nettoyant son mur quatre mois après avoir reçu le prix.

Ce mouvement s’esquisse un peu partout, surtout depuis que l’État a décentralisé cette gestion aux collectivités dans les années 2010 en leur laissant le soin de rédiger un règlement local de publicité (RLP) qui définit ce qu’il est possible ou non d’apposer, sur la base du règlement national. Vendargues dépend du RLPI (pour intercommunal) de la Métropole de Montpellier, finalisé en 2021 avec l’ambition de «réduire de 25% la publicité», rappelle Bruno Paternot, élu délégué en charge du dossier. Selon lui, cet objectif a été atteint, mais pas forcément de façon homogène. «En 2024, les maires ont fait le choix de conserver leur pouvoir de police en matière de respect de règle de la publicité, pour garder la maîtrise de l’image de leur ville, ce que l’on peut comprendre. Mais, de fait, on a vu se mettre en place des politiques très différentes, entre ceux qui ont fait le choix d’y aller à la disqureuse, d’autres qui ont opté pour la pédagogie en se saisissant des outils mis à disposition par la Métropole comme nous l’avons fait sur la ville de Montpellier ou les derniers, minoritaires, qui ont privilégié le laisser-faire», résume l’écologiste. Il faut dire que ces élus doivent parfois aussi faire face à «la pression publicitaire», ainsi que l’appelle Jean-Marie Delalande, sur les grands axes qui amènent dans les zones d’activités ou commerciales. La RN113, entre Saint-Brès et Castelnau-le-Lez en passant par Le Crès et... Vendargues, en est l’illustration.

Des boîtes à chaussures en tôles et des parkings

Le concept de “France moche”, mis en avant chaque année par l’association France Paysages, avait d’ailleurs été théorisé par l’hebdomadaire Télérama en 2010 pour dénoncer surtout les zones commerciales et pavillonnaires vieillissantes, héritage de l’étalement urbain des années 60 et 70 facilité par la démocratisation de la voiture. «Elles se caractérisent par ces boîtes à chaussures faites de tôles et de parkings, autour desquelles forcément, ont pullulé des forêts de panneaux publicitaires. Comme d’autres grands équipements qui portent atteinte au paysage, c’est horrible d’un point de vue urbanistique, mais on a déjà tant de travail avec les dispositifs de publicité qu’on y concentre notre action», soupire Jean-Marie Delalande.

Dans les entrées de villes

La plupart du temps, ces zones se situent en entrée d’agglomération, à l’image dans notre belle région – qui n’échappe donc pas aux affres de la “France moche” – de la route de Montpellier, à Nîmes, là aussi sur la RN113, une porte pourtant tant empruntée pour se rendre dans la ville. La rocade d’Alès, malgré les efforts entrepris, est loin d’avoir gagné le charme retrouvé du cœur de ville. Comme la zone commerciale de Balaruc que l’on peut traverser pour rejoindre Sète depuis l’autoroute A9, malgré la proximité de l’étang de Thau. Ou l’entrée de Bagnols-sur-Cèze, par la RN86, en venant de Pont-Saint-Esprit dans le Gard.

La notion de beauté ou de laideur reste évidemment très subjective, mais les projets de requalification lancés çà et là, à Nîmes justement avec cette ZAC du Marché gare sur la 113 ou aux entrées de Sète par exemple, révèlent une prise de conscience. Le maire de Vendargues, d’ailleurs, qui s’attache à soigner l’esthétique de tout nouveau projet, a admis, à propos de cette forêt de panneaux: «On travaillera dessus.»



Ce que dit la loi

Des règles strictes... mais complexes

Si Paysages de France médiatise son action chaque année endistribuant quatre prix de la “France moche”, elle ne fait pas que distribuer les mauvais points. D’abord, lorsque les villes pointées du doigt ne réagissent pas aux signalements opérés par ses correspondants locaux, elle porte les dossiers au tribunal administratif. «Nous avons eu déjà 104 jugements positifs», dénombre le président Delalande. Elle propose aussi aux collectivités d’apporter son expertise, tant le Code de l’environnement qui régit l’affichage publicitaire et les enseignes est «complexe». «Nous avons par exemple participé à la rédaction du règlement local de publicité intercommunal (RLPI) de la Métropole de Montpellier», dévoile-t-il. Ainsi, dans le cas de Vendargues, il est formel: «Sur la zone que nous avons montrée, il y a une dizaine de pré-enseignes situées au bord d’une vigne, ce qui est illégal car c’est situé hors agglomération. Les autres panneaux, montrés sur la photo, ne sont pas pour l’heure en infraction – même s’ils constituent une atteinte au paysage à nos yeux –, mais ils devront être regroupés sur un seul et même dispositif présentant l’ensemble des activités de la zone dès 2027», une règle imposée par le RLPI local qui ne vaut pas forcément dans les autres collectivités. Voilà qui illustre la complexité en la matière et qui explique, parfois, le laisser-faire en matière de police, même si la taille du dispositif ou sa localisation n’est pas respectée. «Et puis, c’est aussi une source de revenus pour la commune», rappelle Jean-Marie Delalande. Faire enlever un panneau en infraction n’est pas simple non plus car il faut d’abord établir un procès-verbal, avant de pouvoir prononcer une astreinte de 240€ par dispositif et par jour. Il vaut mieux privilégier la pédagogie.

Requalifier les zones commerciales

 2 min

Un élan s’est engagé pour transformer ces totems de la “France moche”. Mais le travail est complexe, à l’image du projet Ode à la Mer à Montpellier.

Cela pourrait répondre à une injonction paradoxale. À l’heure où l’on souffre d’une pénurie de logements, mais que les communes se retrouvent contraintes par la loi Zan de limiter, voire stopper toute artificialisation des sols, la première édition du baromètre des entrées de ville commerciales a démontré en juin dernier que 3830 zones commerciales réparties sur tout le pays représentent un potentiel de 80000ha de foncier à transformer, notamment en 1,6million de logements, dont «plus de 120000 à court terme», assure l’opérateur immobilier Icade qui a réalisé ce rapport avec la Scet, société de conseil et d’ingénierie de projets. Ce travail permettrait aussi de dégager 15000ha de foncier économique et 10000ha de zones renaturées et d’espaces verts. Pour la seule région Occitanie, ce sont 379sites qui représentent un potentiel de 9352ha à revaloriser. Parmi ceux-ci, 141 occupent plus de 15ha, soit un total de 8141 ha. S’attaquer à ces zones commerciales qui incarnent la “France moche” ne représenterait donc pas qu’un intérêt esthétique.

Sept projets (sur 74) retenus en Occitanie

Ce rapport rejoint l’élan engagé par le gouvernement Attal en mars2024, lorsqu’il a lancé un «plan de transformation des zones commerciales», avec l’objectif d’en faire «des lieux de vie à part entière et d’adapter leur modèle aux enjeux actuels», mais aussi d’améliorer «l’attractivité de ces territoires ainsi que leur intégration dans l’architecture et l’urbanisme communal». L’appel à projets a été un succès. L’exécutif pensait soutenir une vingtaine de projets, ce sont finalement 74sites qui ont dû se partager une enveloppe de 26 M€ pour lancer les études et bénéficieront d’un soutien technique.

Sept secteurs ont été retenus en Occitanie, dont les sites du PechMary à Carcassonne, Saint-Germain et Saint-Victor à Narbonne, Porte Sud à Nîmes, Cœur Valsière à Grabels et surtout Le Fenouillet et Solis-Soriech à Pérols et Lattes aux portes de Montpellier, pour le projet Ode à la Mer qui mobilise plus de la moitié des 4,9M€ de subventions accordés à ces dossiers régionaux.

«C’est essentiel, c’est une zone commerciale des années 70 qui ne répond plus aux attentes des clients et sur laquelle beaucoup de bâtiments sont situés en zone inondable. Depuis dix ans, certaines fonctionnent même sous dérogation, c’est-à-dire sous ma responsabilité pénale, et à partir du 1erjanvier prochain, elles sont même censées être fermées, même si nous allons les laisser poursuivre leur activité», décrit le maire de Pérols Jean-Pierre Rico.

Pas si simple

À la Métropole, qui a la compétence sur ce dossier, on évoque l’objectif de dessiner une nouvelle entrée de ville, comme un quartier «respectueux de l’environnement, plus accueillant pour des résidents avec la suppression des “boîtes à chaussures”», nous résume-t-on, pour l’heure sans plus de détails. «Le projet est encore en cours de construction.»

Sur le papier, c’est séduisant. En pratique, cela s’avère plus complexe, avec de nombreuses questions qui se posent. «Que fait-on des commerçants qui verront leur loyer doubler, en passant d’un local des années 70 à une construction neuve? Certains risquent de partir et avec eux, ce sont des emplois et de la fiscalité que l’on perdra», déroule Jean-Pierre Rico. Il n’est pas opposé non plus à la construction de logements, «mais si on en absorbe 8000, soit 16000 habitants, il faut aussi penser les services publics. à commencer par des crèches et des écoles, des équipements sportifs, culturels…» Des dispositifs d’État existent, notamment pour régler le problème du risque inondation, mais tout cela nécessite d’importants investissements… pas faciles à débusquer en ce moment.

Ce projet Ode à la Mer, qui a failli accueillir le nouveau stade de football du club de Montpellier, est d’ailleurs dans les cartons depuis 2006 et fait toujours l’objet d’âpres batailles politiques. L’illustration qu’embellir la “France moche” va prendre du temps. Beaucoup de temps.



« En faire des quartiers à part entière »

 1 min • Recueilli par L. T.



L'expert

Alexandre Brun

Géographe et urbaniste, maître de conférences à Montpellier 3



La “France moche” a-t-elle de beaux jours devant elle?

On voit désormais fleurir des plateformes logistiques en lieu et place de parcelles naturelles, et sur le plan architectural, c’est du hangar agricole réfléchi pour optimiser des mètres carrés et faciliter l’utilisation de la robotique. Cela s’ajoute au dossier déjà lourd de la “France moche”, qui a débuté avec le pavillonnaire qui vieillit mal parce que construit pas cher et s’est poursuivi avec 40ans de grandes enseignes et leur corollaire, les grandes publicités d’entrées de ville qui devaient disparaître avec une loi paysage mais sont toujours là. Il y a donc un phénomène cumulatif. Or, sur le plan économique, le seul élément qu’on arrive à valoriser aujourd’hui, c’est notre patrimoine paysager, notre patrimoine bâti, mais si on ne prend pas garde, on va détruire ce capital.

Le plan de transformation des zones commerciales lancé en 2004 semble pourtant montrer qu’il y a une prise de conscience...

C’est vrai. Cet appel à projets lancé par le ministère de la Transition écologique était hyper intelligent, car il réfléchissait à la manière d’architecturer les zones commerciales et d’infléchir la stratégie des grandes enseignes. Alors, il y a les solutions un peu faciles qui relèvent des villages de marque, mais il y a aussi un travail au plus long cours, plus compliqué car au cas par cas, parcelle par parcelle, qui passe par l’établissement de plans guides d’aménagement réalisés par des architectes, des paysagistes, des urbanistes, des géographes, comme cela a été fait pour les centres-villes. Beaucoup de villes ont répondu à cet appel à projets car les élus ont conscience que le développement des grandes enseignes en périphérie, à la fois produit de la “France moche” et, en creux, participe à dévitaliser une partie des centres-villes.

Il faut inclure du logement dans ces secteurs?

C’est déjà le cas, mais davantage parce qu’il y a une pénurie de logements que de fragilités commerciales. L’idée est de durcir les zones commerciales pour en faire des quartiers à part entière et que toutes les fonctions urbaines s’y retrouvent. Qui dit quartier, dit espace public, équipement public... Des morceaux de ville que l’on veut forcément rendre agréable.

C’est complexe?

Le point clé, pour produire de la ville, c’est de transformer la route qui amenait aux commerces en rue. Ces axes sont nés du mariage du commerce et de la voiture, il faut les requalifier. Mais c’est un très long processus.

Peut-être trop coûteux?

De l’argent, il y en a, notamment dans les caisses des grandes enseignes, mais jusque-là, elles l’investissent pour elles-mêmes. Elles doivent accepter l’idée que pour pérenniser un dispositif commercial efficient, il va falloir partager de l’espace, du foncier, et mutualiser les moyens dans le cadre d’une stratégie collective.

Et aussi...

L'héritage industriel

La “France moche”, ce n’est pas que des zones commerciales. C’est parfois aussi des entreprises abandonnées parce que leur activité a cessé et que la requalification du site s’avère très complexe. C’est particulièrement vrai avec d’anciennes industries, comme à Canet, non loin de Clermont-l’Hérault, exemple parmi tant d’autres. «C’est une verrue à la sortie de la ville», déplorent régulièrement les habitants, en montrant la friche d’Agrocanet qui sommeille depuis trente ans à l’orée de la commune. C’était à l’époque «le plus gros producteur de sucre de raisin d’Europe. Un site où on traitait 550000 hectolitres de moût de raisin par an. On essayait de développer des techniques pour valoriser les effluents de la cave coopérative de Canet», se souvient un ancien salarié. Mais en 1995, c’est la faillite et depuis, les installations ont été taguées, squattées, pillées, détruites, triste paysage que voient des milliers d’automobilistes chaque jour. Le maire, Claude Revel, a donc imaginé un nouveau dessin à ce site: un hôtel, un restaurant et un théâtre de verdure, notamment, qui devraient permettre de tourner la page. Problème, à l’entrée, le projet a reçu un avis défavorable de la DDTM, ce qui illustre les difficultés de requalifier ces sites. Le plan devrait donc être modulé pour coller aux observations, mais cela implique de relancer des études. En attendant, c’est toujours moche à la sortie de Canet. Jusqu’à quand? Jérôme Mouillot

