



**Paysages
de France**

Association agréée
dans le cadre national
au titre des articles
L 141-1 et suivants
du Code de l'environnement,
habilitée pour prendre part
au débat sur l'environnement
au sein d'instances consultatives,
et agréée par le ministère
de la Justice au titre
de l'article 54.1°
de la loi n° 71-1130
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcobast ,
artiste-peintre
- Gilbert Durand,
philosophe
- Alain Finkelkraut,
Philosophe, académicien
- Albert Jacquard,
généticien
- Louédin,
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,
Sociologue
- François Morel,
artiste
- Edgar Morin,
sociologue
- Hubert Reeves,
astrophysicien

5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble

Tél. : 04 76 03 23 75
Fax : 08 97 10 20 23

contact@paysagesdefrance.org
www.paysagesdefrance.org



SPPEF

Grenoble, le 25 février 2020

Monsieur **Éric PIOLLE**
Maire de Grenoble
Hôtel de Ville
11, boulevard Jean-Pain
38000 GRENOBLE

Lettre recommandée avec avis de réception - Lettre ouverte
N° 1A 166 437 7129 0

Monsieur le Maire,

Les élections municipales approchent à grand pas, d'où cet appel pressant que je vous adresse.

Vous avez reçu, le 16 janvier, une délégation de l'association Paysages de France, et, le 19 janvier, son porte-parole vous a adressé un message resté sans réponse¹.

C'est pourquoi notamment je me permets à nouveau d'intervenir, tant sera décisive la position que prendra le maire de la ville, qui, ainsi que je le rappelle dans ma lettre du 21 février 2020² à monsieur Christophe Ferrari, président de Grenoble-Alpes-Métropole, « *était devenue aux yeux du monde un laboratoire de la transition écologique et de la lutte contre les ravages de la publicité extérieure* ».

Notre vœu le plus cher est en effet qu'elle le demeure.

Mais cela ne peut se faire à n'importe quel prix, vous le comprendrez.

Surtout si des mesures – qui ne font que contredire ce bel engagement, et plus grave encore, représentent pour le principal acteur mondial de la publicité sur les voies publiques un véritable « quitus écologique » – devaient continuer à prospérer sans même que l'engagement de mettre fin dès que possible à une telle situation ne soit donné.

Cet engagement – qui servira Grenoble et, à travers elle, la cause qu'elle veut défendre en première ligne au point de se porter candidate au titre éminemment symbolique de Capitale verte européenne 2022 – est le strict minimum que nos associations et les mouvements qui se mobilisent pour le climat peuvent raisonnablement solliciter.

¹ Voir ci-joint.

² Voir ci-joint

Il ne porte au demeurant que sur deux points et, en l'occurrence, sur l'engagement dès à présent de remédier aux effets calamiteux qu'aurait leur maintien.

Ces deux points font l'objet de la demande formulée à la fin de ma lettre du 21 février au président de Grenoble-Alpes-Métropole².

Il serait dramatique que Grenoble sacrifie, au bénéfice notamment de l'image et de l'activité nationales et internationales de l'un des acteurs majeurs de la publicité extérieure, ce rôle exemplaire dont la planète a d'autant plus besoin qu'il s'agit en effet d'un sujet extrêmement sensible pour ne pas dire tabou.

Comme je l'écrivais déjà le 25 septembre 2019³ à monsieur Christophe Ferrari, « *Grenoble-Alpes-Métropole a donc une responsabilité morale immense et un véritable devoir d'exemplarité : le courage, le volontarisme et l'innovation, s'ils se concrétisent ici, seront demain une référence non seulement nationale, mais internationale dont s'emparera notamment, à travers les réseaux sociaux, la jeunesse qui défile aujourd'hui pour la planète.* »

Et il convient d'ajouter aujourd'hui : inversement.

Or tout cela concerne au premier chef Grenoble.

Il serait donc en effet dramatique que la remise en cause de l'interdiction de la publicité dans le SPR de Grenoble et l'autorisation d'une trentaine de publicités numériques sur le territoire de la métropole viennent symboliquement et politiquement ruiner le reste. Et incompréhensible, pour maintes raisons⁴ dont certaines liées spécifiquement au contexte grenoblois, que les enseignes lumineuses sur toiture puissent continuer à prospérer partout où prospère la grande distribution.

Vous le savez, la communication par les réseaux sociaux et les médias délivre des messages simples.

Or, quelle que soit l'ampleur relative des décisions les plus négatives qui ont été prises dans le cadre du RLPi, ce que l'on retiendra – si un contre-feu n'intervient pas rapidement – c'est, tout simplement, que même la ville qui se veut exemplaire n'hésite pas à utiliser "son" RLPi pour défaire une protection instaurée par le Code de l'environnement.

Qu'elle donne aussi son feu "vert" à la publicité numérique (la plus agressive de toutes, la plus énergivore, la plus intrusive, la plus

³ Voir ci-joint.

⁴ Voir ci-joint, note relative aux enseignes sur toitures

harcelante). Et donc à celui qui en fait la promotion forcenée sur toute la planète, pour l'installer en particulier sur les voies publiques !

Je ne doute pas que vous comprendrez le sens profond de mon appel et ma demande que vous fassiez part, avant le premier tour des élections municipales, de votre position sur les points – dont l'un (SPR) concerne directement Grenoble – exposés dans la ma lettre du 21 février à Christophe Ferrari.

Garder le silence serait gravissime.

À l'inverse, une déclaration de votre part, un message positif dans ce sens seront politiquement et symboliquement le signal fort dont la planète a besoin et que nos associations et les mouvements précités pourront alors relayer.

Dans cette attente,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de mes plus sincères salutations.



Le président, Laurent FETET

P J :

1. Lettre du 21 février 2020 à monsieur Christophe Ferrari et pièces jointes (*lettre du 25 septembre 2019 à C. Ferrari et note relative aux enseignes sur toitures*)
2. Message du 19 janvier 2020 du porte-parole de Paysages de France

De : **CHERIFI Lydia** <lydia.cherifi@grenoble.fr>
Date: mar. 21 janv. 2020 à 08:48
Subject: RE: Message de Paysages de France à l'attention de monsieur le Maire de Grenoble
To: president@paysagesdefrance.org <president@paysagesdefrance.org>
Cc: Pj.delahousse Pdf <pj.delahousse.pdf@gmail.com>

Bonjour Monsieur,

Entendu, je lui transmets.

Bonne journée

Lydia Cherifi
Assistante du Maire
Ville de Grenoble
04 76 76 38 43 / 06 37 90 60 07
lydia.cherifi@grenoble.fr



De : Paysages de France - Laurent Fetet, président [mailto:president@paysagesdefrance.org]
Envoyé : mardi 21 janvier 2020 08:35
À : CHERIFI Lydia
Cc : Pj.delahousse Pdf
Objet : Message de Paysages de France à l'attention de monsieur le Maire de Grenoble

Chère Madame,

Auriez-vous l'amabilité de faire parvenir à monsieur Éric Piolle le message ci-dessous que lui adresse le porte-parole de notre association à la suite de l'entrevue du 16 janvier avec le maire de Grenoble et de la réunion du bureau national de Paysages de France, le 18 janvier ?

Compte tenu de l'extrême importance que revêt ce dossier emblématique, nous attendons une réponse du maire.

Dans l'attente,

Je vous prie d'agréer, chère Madame, l'expression de mes meilleures salutations.

Laurent Fetet, président

Monsieur le Maire,

Le bureau national de Paysages de France s'est réuni samedi 18 janvier 2020. Il a bien évidemment été question du rendez-vous que vous avez accordé à l'instance locale de l'association et auquel j'ai participé en tant que porte-parole de cette dernière.

Depuis votre élection, je n'ai cessé d'évoquer les initiatives prises à Grenoble, dont celle que vous avez conduite – "inspirée" à l'origine par Paysages de France avec son beau slogan "Pas de pub, des arbres" – initiative qui a fait alors de cette ville le symbole que vous savez.

Or ce symbole puissant, vivace et inspirant (d'autres villes commencent à intégrer des mesures fortes voire très fortes dans leurs projets) risque d'être tout simplement ruiné parce que, précisément, la communication repose sur d'inéluctables simplifications.

En effet, comme nous vous l'avons dit au cours de la réunion, quelle que soient les mesures prises pour encadrer la publicité numérique sur mobilier urbain à Grenoble, ce qui restera ce seront les mots "publicité " et numérique". Et l'on dira partout : "même" à Grenoble on en installe. Et on en installe sur ses trottoirs.

De même on dira que "même" Grenoble, on n'hésite pas à défaire des protections du Code de l'environnement en autorisant la publicité là où elle est normalement interdite par la loi...

Déjà, il y a eu ce terrible retour de JCDecaux à Grenoble, le retour de celui-là même qui symbolise au niveau mondial l'omniprésence dans l'espace public de cet "accélérateur des catastrophes sanitaires et environnementales" que nous avons évoqué, de cette publicité dont vous connaissez les effets dévastateurs. C'était déjà une faute majeure, et même « un coup de poignard dans le dos » des défenseurs de l'environnement et un coup porté à la grande cause de l'environnement, a récemment confié l'un des dirigeants parisiens d'EELV à l'un des administrateurs de Paysages de France.

Cela fait beaucoup, vraiment beaucoup, hélas, pour une ville qui se veut un modèle en la matière et qui, d'ailleurs, communique sur ce thème. Quant à dire que les faits précités sont de nature à ruiner le symbole qu'était devenu Grenoble, c'est hélas la simple vérité.

C'est pourquoi le bureau national de Paysages de France m'a demandé de tenter cette ultime démarche auprès de vous.

Je souhaite la faire en toute simplicité et en m'abstenant de cette "langue de bois" à laquelle d'aucuns recourent habituellement en pareille circonstance, pour vous demander de prendre au moins les deux mesures encore possibles pour empêcher un "désastre".

La responsabilité qui pèse sur Grenoble est immense puisque c'est bien au-delà du seul contexte local que portera le message.

Ces deux mesures correctives, vous pouvez encore les prendre. Elles ne remettent nullement en cause l'économie générale du projet et peuvent même être considérées par certains comme relativement secondaires, voire mineures.

Elles n'en demeurent pas moins symboliquement majeures.

Retirer ces deux mesures potentiellement délétères et donc renoncer aux publicités numériques, quel que soit leur nombre, comme renoncer à la dérogation permettant d'installer des publicités dans le site patrimonial remarquable (SPR) de Grenoble, sera perçu comme un geste politique décisif sur une question environnementale désormais majeure.

Je reste bien évidemment à votre disposition pour vous rencontrer à nouveau, dans un contexte apaisé et constructif, afin d'échanger tant sur le fond que sur les modalités techniques proprement dites.

Dans l'attente,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, mes plus sincères salutations.

Pierre-Jean Delahousse

Porte-parole de Paysages de France

Administrateur

06 82 76 55 84