



**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 réponse<sup>1</sup>.

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 2020<sup>2</sup> 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.

<sup>1</sup> Voir ci-joint.

<sup>2</sup> 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-Métropole<sup>2</sup>.

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 2019<sup>3</sup> 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 raisons<sup>4</sup> 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

---

<sup>3</sup> Voir ci-joint.

<sup>4</sup> 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