



LA PUBLICITE DANS LA METROPOLE DE LYON

Position de FNE Rhône (FRAPNA Rhône) concernant l'élaboration du Règlement Local de Publicité

22 Novembre 2018

La publicité fait partie de notre cadre de vie depuis plus d'un siècle. Elle se retrouve partout : axes routiers, carrefours, chantiers urbains, ponts, quais et arrêts de transports en commun, mobiliers urbains, etc. Tout ce qui peut représenter un support y passe. Ce constat est indéniable ! C'est d'autant plus vrai depuis 1964, l'année où Jean-Claude Decaux invente le modèle économique des abribus financés par la publicité. Lyon a été la première ville à adopter ce système.

Près de 54 ans plus tard, il est temps de revoir ce modèle.

Depuis les prémices de la publicité en ville, l'autorité publique a cherché à cadrer sa présence. Dès 1902 avec l'interdiction d'affichage sur les monuments historiques et les sites classés, puis en 1979 avec l'instauration des zonages de publicité, et encore plus récemment lors de la Loi Grenelle 2 relative à la préservation de l'environnement. Aujourd'hui, la publicité en ville est régie par un Règlement National de Publicité (RNP) qui est ensuite décliné en Règlement Local de Publicité (RLP). Ce qui ressort de tout cela, c'est que la réglementation est assez permissive, notamment grâce à des systèmes de dérogations : pour preuve, le nombre d'affichages publicitaires qui ornent nos rues.

L'impact environnemental, sanitaire et social de la publicité en ville est important :

- Changés régulièrement, les affichages publicitaires représentent des dizaines de tonnes de papiers jetés chaque année par ville, c'est un comble alors que la Métropole s'est dotée d'une politique d'économie circulaire et est lauréate de l'appel à projet « *zéro déchet, zéro gaspillage* ».
- Les consommations énergétiques des panneaux lumineux sont énormes. C'est aberrant à l'heure où il est demandé à tous les citoyens de faire des économies d'énergie. Ainsi, un panneau numérique de 2m² allumé pendant 19 h (extinction entre 1h00 et 6h00 du matin) consomme 5 200 Wh en moyenne, soit l'équivalent de la consommation d'une ampoule 6W allumée en continue pendant plus d'un mois.
- Les enseignes numériques nécessitent l'extraction de minerais précieux comme le coltan, le lithium ou les terres rares. Or l'exploitation minière est une cause majeure de déforestation et plus généralement de destruction des écosystèmes. De plus, ces minerais sont des ressources épuisables, il est donc nécessaire de limiter au maximum leur consommation.
- La pollution lumineuse émise par les panneaux publicitaires a de forts impacts sur la faune, la flore et les écosystèmes en général : baisse de la production agricole, mortalité accrue des insectes, perte de repères des oiseaux migrateurs, etc.
- Les impacts sur la santé de la pollution lumineuse sont avérés : baisse de la qualité du sommeil, stress, dépressions, et les impacts potentiels sont alarmants allant de l'affaiblissement osseux et musculaire à l'apparition de tumeurs.
- Elle a un impact psychologique sur nos enfants qui jusqu'à l'âge de 7 ans les perçoivent comme une vraie information. C'est d'autant plus effrayant au regard de certaines publicités mettant en valeur la malbouffe ou des comportements sexistes. Elle a également des impacts psychologiques sur les adultes pour qui la consommation devient source de bonheur, et donc d'un mal-être profond lorsqu'ils n'arrivent pas à consommer, souvent faute de moyens.

- C'est une pollution visuelle qui ne favorise pas l'embellissement de nos villes et de notre cadre de vie.
- La pollution lumineuse a également un impact sur l'observation du ciel nocturne, le ciel et les étoiles devenant invisibles aux yeux des citoyens et des astronomes amateurs et professionnels.
- Enfin, la production d'enseignes a un impact sur les ressources naturelles et sur l'environnement pour leurs constructions et leurs transports. C'est la double peine pour les citoyens qui voit leurs biens communs se réduire pour construire des éléments qui impactent leur santé et leur environnement.

FNE Rhône (FRAPNA RHÔNE) est très attachée à la trame noire qui est indispensable pour de nombreux insectes et mammifères nocturnes. A ce titre, elle accueille depuis plusieurs années un Groupe Thématique sur les pollutions lumineuses, ouvert à tous. Ce GT mène des actions d'accompagnement et de sensibilisation auprès des collectivités, du grand public (conférences, sorties, ...) et plus récemment auprès des commerçants. Par ailleurs, de nombreux bénévoles conduisent des inventaires sur les papillons de nuit et constatent une régression importante des populations d'année en année¹.

Du point de vue économique, l'impact est relatif : la publicité est une source de revenu non négligeable pour les collectivités, pouvant représenter plusieurs centaines de milliers d'euros. Mais, ce revenu doit être mis en perspective des impacts précédemment cités et de leurs coûts pour la société à long terme... Coût qui n'a jamais été réellement chiffré dans le cadre d'une approche économique globale.

De nombreuses villes sont en train de revoir ce modèle. Et sur Lyon, on en est où ? Le RLP métropolitain est en cours de construction et remplacera d'ici 2020 les RLP locaux quand ils existent. Dans ce cadre, la Métropole de Lyon a lancé une concertation citoyenne pour recueillir l'avis de ses administrés, ce que nous saluons. Au-delà de ce cadre, des citoyens se mobilisent pour demander l'arrêt de la publicité sur notre territoire. Dirigé par le Collectif Plein la Vue, la pétition « Des arbres pas des pubs ! Libérons la métropole lyonnaise de la pression publicitaire » a d'ores et déjà récolté plus de 13 000 signatures. Gage d'un intérêt grandissant de nos compatriotes pour changer de modèle.

Site internet de Plein La Vue : <http://pleinlavue.org/>

¹ Contact : bernard.barc@wanadoo.fr

LES 8 PROPOSITIONS DE FNE RHÔNE POUR AMELIORER LE CADRE DE VIE DES LYONNAIS ET REDUIRE L'IMPACT DE LA PUBLICITE SUR L'ENVIRONNEMENT

FNE Rhône est convaincue qu'il est nécessaire de revoir ce modèle pour toutes les raisons évoquées ci-dessus. C'est pourquoi, elle s'est engagée dans cette mobilisation citoyenne :

- en participant à la concertation lancée par la Métropole de Lyon en lui faisant notamment parvenir cette note de positionnement,
- et en signant et en diffusant la pétition du Collectif Plein la Vue dans le but d'aider les lyonnaises et les lyonnais à obtenir la diminution, voire la suppression, de la publicité sur notre territoire.

FNE Rhône souhaite que des actions soient conduites rapidement :

1/ Le lancement d'une étude économique globale sur l'impact de la publicité dans l'espace urbain par un organisme indépendant. Ce travail d'étude et de mise en perspectives des revenus directs par rapport aux coûts indirects pourra servir de base de réflexion à l'ensemble des villes de France.

2/ L'obligation d'utiliser des systèmes d'éclairage générant moins de nuisances (nouvelles installations et rénovation) : éclairage vers le bas, consommation énergétique limitée en Watt/m², spectre lumineux respectueux de l'environnement. Dans ce cadre, une étude comparative pour définir les types d'installations les moins impactantes devrait être menée par un organisme indépendant.

3/ L'extinction des enseignes une heure après la fermeture de l'activité et ré-allumage une heure avant ouverture, de jour comme de nuit et pour tous les zonages.

4/ La réduction du nombre de panneaux publicitaires dans la Métropole et l'obligation d'utiliser des matériaux respectueux de l'environnement (bois, papiers recyclés, etc.).

5/ Désinstallation progressive des Mobiliers Urbains, appelées « Sucettes » qui n'ont pas d'autres objectifs que de vendre des espaces publicitaires.

6/ L'interdiction progressive de la publicité numérique pour tous les zonages.

7/ La suppression des panneaux supérieurs à 4m² qui enlaidissent nos immeubles et nos quartiers, et notamment la suppression des panneaux immenses sur les échafaudages (Cf. les quais du Rhône) qui sont une dérogation au RNP et qui ornent parfois des monuments historiques en cours de restauration. Les partenariats de mécénat pourraient être considérés au cas par cas, certains pouvant faire exception.

8/ L'utilisation d'une partie des espaces libérés pour réaliser des affichages culturels artistiques, et/ ou associatifs locaux.