

VILLEURBANNE CADRE DE VIE

# L'affichage publicitaire n'est pas qu'une affaire privée



■ Les écrans vidéos derrière les vitrines (ici avenue Henri-Barbusse) prolifèrent et la commune s'en inquiète. Elle s'engage à examiner le sujet, qui souffre d'un vide juridique. Photo Emmanuelle BABE

**Agence**  
de Villeurbanne – Caluire  
149 cours Emile Zola,  
69100 Villeurbanne  
04.78.85.74.00  
lprvilleurbanne@leprogres.fr

**Publicité**  
www.bjp-publicite.com

**Web**  
www.leprogres.fr/rhone/  
villeurbanne

**Facebook**  
www.facebook.com/  
leprogres.villeurbanne

La Ville vient de voter les tarifs de la Taxe locale sur la publicité extérieure pour les trois années à venir. Dans la ligne de mire, la place de la pub dans l'espace public et le futur règlement local de la Métropole.

« Vous avez le pouvoir de limiter la pression publicitaire. » Cette déclaration, c'est le collectif Plein la vue qui l'adresse à Jean-Paul Bret, maire de Villeurbanne, dans un courriel envoyé début mai. Davantage le maire, c'est l'élu métropolitain, président du groupe La Métropole Autrement, que le collectif interpelle, dans le cadre de la concertation publique qui s'est ouverte le 22 janvier 2018. Elle concerne le futur règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Métropole de Lyon. L'outil n'existe pas et la collectivité souhaite l'élaborer à la suite de la mise en œuvre du nouveau Plan local d'urbanisme et de l'habitat

(PLU-H). Le règlement doit être approuvé avant le mois de juillet 2020.

**Les trois quarts des surfaces publicitaires supprimés en 14 ans**  
Dans son message à Jean-Paul Bret, Plein la vue, qui lutte contre la publicité « invasive », l'interroge sur plusieurs points : l'interdiction des écrans vidéos dans l'espace public mais aussi derrière les vitrines des magasins, les horaires d'extinction des enseignes, les publicités sur les bâches de chantier, sur les sols [Villeurbanne a pris un arrêté en février 2018 pour interdire ces marquages, nldr], la création de zones blanches sans publicité, etc. Dans sa réponse écrite, Jean-Paul Bret répond point par point, et ce, sur la base du règlement local de la publicité villeurbannais. Si le maire assume sa volonté de maîtriser la place et l'impact des enseignes dans l'espace public, il ne met pas de côté un certain pragmatisme : doit-on éteindre toutes les en-

13

C'est le nombre de sites autour desquels la Ville a instauré des zones blanches : aucune publicité n'est autorisée dans un périmètre de 100 m. Parmi ces sites figurent deux groupes scolaires (Zola et Faÿs), la Mlis... Toute publicité est interdite dans le site patrimonial des Gratte-Ciel. D'autres sites sont à l'étude, dont des espaces naturels.

seignes lumineuses dès la fin de l'activité alors qu'elles « peuvent participer à une ambiance nocturne favorable à un certain sentiment de sécurité? ». Entré en vigueur en 2004 et révisé en 2008, le règlement local municipal « a permis de supprimer trois quarts des surfaces de panneaux publicitaires », a souligné Didier Vullierme, adjoint, lors du conseil municipal du 28 mai. Parmi les délibérations à l'ordre du jour figurait en effet la grille des tarifs pour les trois ans à venir de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE). Le rapport a été voté à l'unanimité, le groupe EELV-Fdg suggérant par ailleurs que Villeurbanne porte au niveau national, la proposition de taxer les vidéos publicitaires à l'intérieur des magasins. « La Ville constate une prolifération de ces écrans et s'en inquiète », répond Jean-Paul Bret, qui s'est engagé à « poursuivre notre veille juridique et examiner cette question ».

Emmanuelle BABE

## Une clause contre les publicités sexistes ?

Agnès Thouvenot, adjointe chargée de la lutte contre les discriminations et de l'égalité femmes-hommes, et Didier Vullierme, délégué à la voirie, ont cosigné un courrier adressé à Gérard Claisse, vice-président de la Métropole de Lyon. Les élus villeurbannais entendent sensibiliser leur homologue métropolitain « aux effets délétères des stéréotypes véhiculés par certains affichages publicitaires dans l'espace public ». S'ils dénoncent le sexisme banalisé, voire encouragé, les signataires constatent que « les images publicitaires peuvent renforcer d'autres stéréotypes, notamment racistes ou homophobes ». C'est pourquoi ils demandent la mise en place d'un « dispositif de contrôle et de prévention » et l'insertion d'une « clause contraignante » dans le futur règlement local, sous réserve que ce soit juridiquement possible.