

MÉTROPOLE POLITIQUE

# Publicité : la bataille des écrans numériques a commencé

Dans le futur règlement métropolitain de publicité, il sera question de la présence des écrans numériques dans les rues. Un sujet qui divise.

Il a suffi d'un tweet pour attiser la flamme. Le 7 juin, le maire de Saint-Genis-Laval, Roland Crimier, poste deux photos d'une conférence des maires au Grand Lyon au sujet du futur règlement métropolitain de publicité, qui doit voir le jour avant 2020.

Sur un PDF, il est question de "grandes orientations" et de "l'impact visuel de la publicité". Un élément particulièrement fait bondir les associations et élus soucieux de réduire la publicité dans l'espace public dans les 59 communes : « Encadrer les gabarits des dispositifs publicitaires en limitant les surfaces : 0 à 8 m<sup>2</sup> pour les dispositifs traditionnels, 0 à 6 m<sup>2</sup> pour les panneaux numériques ».

« Autoriser du 6 m<sup>2</sup>, c'est vraiment un cauchemar »

Même s'il s'agit encore d'un projet, ces dimensions ont fait réagir le Collectif Plein la vue, qui milite pour la disparition de ces écrans : « Une fois qu'on met le pied dans la porte du numérique publicitaire, on ne la referme plus jamais... et autoriser du 6 m<sup>2</sup> c'est vraiment un cauchemar ! », glisse Benjamin Badouard, dont le collectif s'est associé au mouvement initié par Marie-Hélène Lafage, Stop pub vidéo (lire par ailleurs).

Si les associations s'activent, certains élus ont également pris les devants avant le débat (sans vote) qui aura lieu ce lundi à la Métropole. « Les écrans numériques, c'est un des sujets clés de ce nouveau règlement. Un sujet brûlant », explique l'élue verte Pierre Hémon. EELV, qui a produit un communiqué, énumère tous les inconvénients de ces immenses écrans : captation du regard, gaspillage énergétique, risque et de collisions et d'accidents. « Et quel est l'impact sur des enfants de 5 ans ? », demande Marie-



■ Une action anti-publicités numériques avait lieu le week-end dernier à Lyon.

Photo Facebook Stop Pub Vidéo

## Le mouvement Stop pub vidéo est lancé

Né à l'initiative de Marie-Hélène Lafage et soutenu par des collectifs et associations (Collectif Plein la vue, Résistance à l'agression publicitaire, Alternatiba, Zéro déchet, i-boycott.org, Conscience et impact écologique, Anciela), le mouvement Stop pub vidéo a été lancé samedi 16 juin. Pour montrer leur refus de voir se développer les panneaux numériques, les participants étaient invités à se poster, les yeux masqués, devant des spécimens que l'on trouve actuellement dans les gares ou le métro lyonnais (voir photo). « Nous voulions trouver un moyen d'exprimer le ras-le-bol des gens, explique Marie-Hélène Lafage, à l'origine de l'idée. Ils disent en avoir marre des écrans mais là, nous avons trouvé un moyen de le montrer. » En résultent de nombreuses photos partagées sur les réseaux sociaux. En parallèle, Plein la vue publie régulièrement des vidéos sur sa page Facebook, des interviews de Lyonnais donnant leur avis (négatif) sur la publicité numérique.

## 6 m<sup>2</sup>

selon un document de travail évoqué début juin en conférence des maires, les écrans numériques pourraient atteindre 6 m<sup>2</sup>.

Hélène Lafage, pour qui cette forme de publicité « s'impose aux yeux de tous ». Reste à voir comment la Métropole, qui n'a pas souhaité réagir, souhaite l'intégrer. Y aura-t-il des zones blanches ? Des limitations de taille suivant les secteurs ?

## Écran numérique ou Velo'v électrique ?

Le souci est que le numérique est la nouvelle marotte des publicitaires et de JC Decaux qui compte bien concurrencer l'Américain Clear Channel dans le domaine. Concernant le projet de 2 500 Velo'v pouvant devenir électrisables à l'horizon 2020, Gérard Claisse, vice-président de la Métropole en charge de la Politique d'achat public, avait concédé il y a quelques semaines que le « financement de ce service est lié à l'adoption du futur règlement local de publicité ». Accepter les écrans numériques dans nos rues pour profiter de vélos électriques : voilà le deal ?

Les Verts le regrettent. « Il y a ici un peu de perversion à mettre en balance le développement d'un service permettant une moindre utilisation de véhicules polluants, avec le développement de ces écrans qui eux polluent les cerveaux. Nous tenons à dire qu'existent d'autres moyens de financer ce service de vélo-partage. Il s'agit là de choix politiques. Ils peuvent donc évoluer. »

Ce premier débat, lundi à la Métropole, devrait donner le ton, avec pas moins de douze interventions des groupes politiques et une heure de prise de parole.

Jean-Philippe CAVAILLEZ