

# Ces antipubs en ont « plein la vue » depuis un an

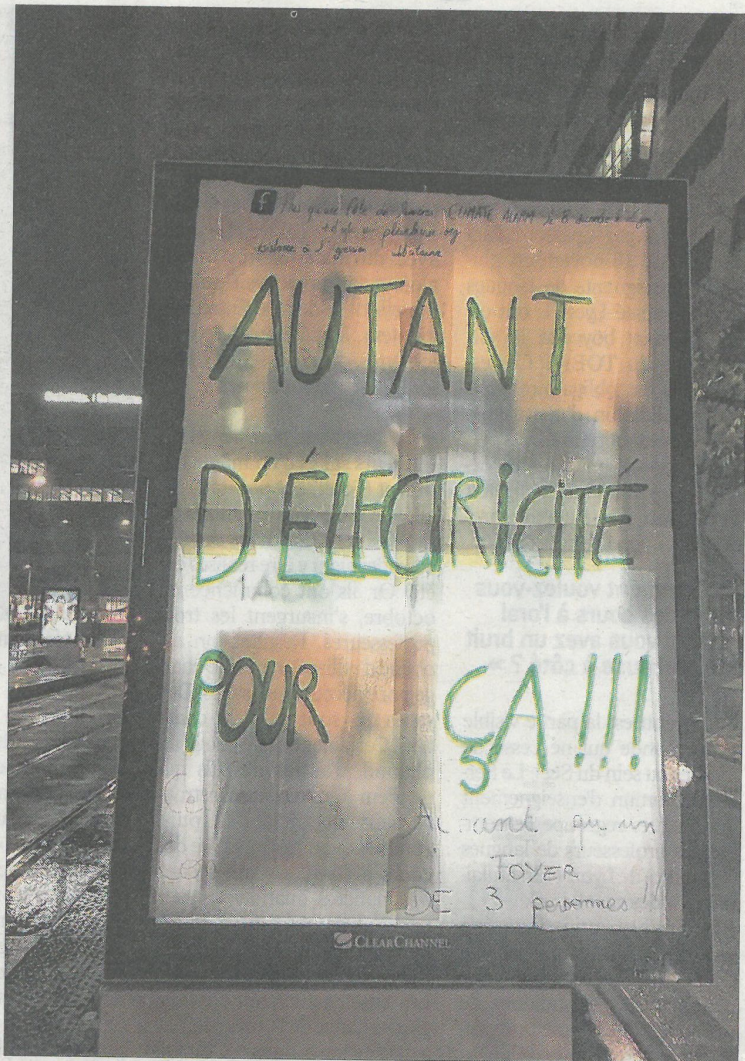
« Plus d'arbres, moins de pub. » Les slogans du collectif Plein la vue fleurissent sur les panneaux publicitaires de la ville. Et les messages sont clairs. Mais, derrière cette opération de com, les militants antipubs mènent un gros travail de fond pour sensibiliser et convaincre les élus qui élaborent le prochain règlement local de publicité.

Ils ne sont pas près de lâcher l'affaire les militants du collectif Plein la vue. Pas près de disparaître du paysage lyonnais. Bien au contraire. Il suffit de se promener dans les rues de la ville pour constater qu'à leur tour, depuis plusieurs mois, maintenant, ils occupent à leur manière l'espace public. Ça et là, les panneaux publicitaires de JC Decaux, portent la trace de leur passage. Ici, la blonde qui incarne le parfum d'une grande maison est bâchée de blanc. Un nouveau slogan s'étale en grand : « Plus d'arbres, moins de pub, moins de propagande commerciale, moins de surconsommation. » Là on peut lire « Liberté pour nos yeux » ou encore « Tout doit disparaître : stop pub » et « Les élus, sortez-vous les doigts de la pub ».

## Non aux écrans vidéo publicitaires

C'est leur réappropriation de l'espace public : le message a le mérite d'être clair. Et de rendre visible le travail de fond engagé depuis un an maintenant, pour peser dans le débat autour de la pression publicitaire dans la Métropole.

« Si les actions de rues, toujours non violentes et non dégradantes, nous rendent visibles, elles sont selon nous insuffisantes, c'est pourquoi nous travaillons aussi le fond », explique Benjamin Badoard, au nom du collectif qui est né il y a tout juste un an. En quelque temps, il est devenu l'un des interlocuteurs de la Ville et de la Métropole qui travaillent à l'élaboration du prochain règlement local de publicité métropolitain, lequel devrait entrer en vigueur en 2020. Ces derniers mois, dans le cadre de la concertation publique qui se termine en décembre, ils ont mené un



■ Le collectif s'insurge contre la dépense d'énergie que génèrent les panneaux publicitaires. Photo Tatiana VAZQUEZ

gros travail d'enquête, notamment auprès des commerçants, des élus, des habitants pour montrer « la gabegie que représente la pub dans l'espace public ».

Parmi leurs priorités, les écrans vidéo publicitaires, jusqu'ici interdits, qui pourraient être autorisés dans la ville par le nouveau règlement. « C'est ici le pire des procédés publicitaires, qui regroupe tout ce qu'il y a de néfaste : pollution énergétique, visuelle et lumineuse, agressivité, danger pour la santé, notamment des enfants... », met en garde le

“ Les élus, sortez-vous les doigts de la pub ”

Lu sur un panneau publicitaire recouvert par le collectif Plein la vue

collectif qui s'inquiète aussi de l'extension des bâches publicitaires de chantier sur les façades de la ville. Sans compter qu'il n'y a pas d'évolution sur l'extinction des panneaux lumineux ou des enseignes lumineuses des magasins.

Lors de leur dernier rendez-vous avec la Métropole, on leur aurait assuré que leur contribution allait être prise en compte. Rien n'indique, pour l'heure que ce soit le cas puisque le document qui a été présenté au dernier conseil municipal de Lyon n'a pas bougé.

Tatiana VAZQUEZ

## Le collectif fête sa première année ce jeudi

Créé le 29 novembre 2017 avec la mise en ligne de la pétition “Des arbres, pas des pubs” (près de 1 500 signatures recueillies), le collectif Plein la vue fête son premier anniversaire en présence de nombreuses associations partenaires. « Nous allons nous rappeler cette première année très active et évoquer celle qui arrive où il va falloir continuer à nous rendre visible pour arriver à des résultats », disent-ils.

**PRATIQUE** Rendez-vous au bar associatif Le Simone, 45, rue Vaubecour (Lyon 2<sup>e</sup>).