

LES PANNEAUX DE PUB À L'AFFICHE

MAUD NOYON

Un seul panneau et puis c'est tout. Dans le cadre du Grenelle II, le gouvernement cherche à limiter l'affichage publicitaire et la « pollution visuelle » qu'elle engendre. La dernière loi du genre remonte à 1979 mais, comme l'explique le sénateur Ambroise Dupont, auteur d'un rapport sur la publicité extérieure remis hier à la secrétaire d'Etat à l'Ecologie, Chantal Jouanno, « elle n'est même pas appliquée ». Résultat : les maires sont confrontés à un casse-tête entre influence des publicitaires et associations de défense du paysage. Les trois quarts de la population française estimerait que la « pression publicitaire est devenue trop importante » et un quart des installations seraient illégales.

Pas de pub à côté des écoles

En haut de l'affiche des recommandations du sénateur : des « zones de tranquillité », 100 % sans pub, pour « préserver » les têtes blondes à l'abord des écoles ; la réduction des enseignes dans les giratoires mais aussi hors des agglomérations



P. HUGUENI/AFAP

La loi de 1979 n'est pas appliquée.

où certaines zones se sont muées en une inextricable forêt publicitaire. Pour éviter ce genre de monstruosité commerciale, Ambroise Dupont appelle à plus de concertation entre les acteurs locaux, et à une plus grande responsabilisation des maires, qui maîtrisent mal les règlements d'urbanisme qui s'empilent. Pour continuer à fournir

■ DÉBAT SUR LE FOND

Chantal Jouanno s'engage à un nouveau débat : celui du contenu de la pub afin de promouvoir « l'émergence d'une société de consommation durable » et au suivi des nouveaux types de pub (sur écran plasma, par exemple).

l'information sans traumatiser le paysage, le sénateur propose des signalisations d'informations locales à la place des énormes enseignes qui annoncent la présence d'un fast-food ou d'un magasin de meubles... à moins de 300 m. Mais pour certaines associations qui affichent leur combat antipollution publicitaire, comme le Collectif des déboullonneurs, les propositions cadrent mal avec les intentions, notamment sur la densité des panneaux, la publicité lumineuse ou encore la possibilité d'installer des bâches publicitaires. Prochaine étape pour ces propositions, leur passage au Conseil national du paysage, qui doit se réunir le mois prochain. ■