

Règlement local de publicité : dialogue de sourds autour de l'impact visuel à Lyon

La première réunion publique du futur règlement local de publicité métropolitain (RLP) s'est déroulée jeudi soir à l'UCLY, place des Archives (Lyon 2e), sans convaincre les collectifs anti-pub. Un doux euphémisme, même.

Ce document en cours d'élaboration sera le premier du genre : jusqu'ici, les RLP étaient uniquement communaux. Ce premier texte à échelon métropolitain est donc d'autant plus stratégique qu'en son absence, c'est le règlement national qui s'applique. Lequel est par beaucoup d'aspects moins contraignant que ce qu'essaie de faire la Métropole. Mais elle se trouve encore loin du compte pour les associations, qui n'y ont vu guère d'évolution depuis les discussions réalisées il y a quelques mois.

Finis les panneaux lumineux sur les toits, et les pubs sur les trottoirs

Les panneaux publicitaires lumineux sur les toits (comme le "Lili Go" bleu au-dessus des quais du Rhône) seraient amenés à disparaître. Et la pub éphémère sur les trottoirs serait interdite pour de bon en l'état actuel du document. Mais le reste a paru manquer singulièrement de volontarisme au collectif Plein la Vue et à ses équivalents, présents en majorité écrasante dans la salle.

Au point que le représentant des annonceurs a dû vivre un grand moment de solitude en prenant la parole pour défendre "les 400 emplois directs de la filière sur la Métropole" et de souligner que "la communication extérieure a déjà perdu 40% de son patrimoine extérieur ces dernières années".

Bâches publicitaires : à revoir

Deux points forts très clivants ont notamment cristallisé les frustrations. D'abord, la place des bâches publicitaires. Sur les monuments historiques, comme place Bellecour, ces bâches sont gérées par les Bâtiment de France et la Drac. Elles ne devraient pas dépasser les 50% de la façade mais, par le truchement d'un cumul de différentes façades voisines à rénover, certaines parviennent à couvrir 100% du périmètre. Le futur RLP proposera d'empêcher ce "cumul de façades".

Pour les bâtiments à rénover non historiques, le RLP propose 50% de surface de publicité (contre 100% dans le règlement national) mais sans limite de surface totale. Le rapporteur du RLP, le maire de Couzon Patrick Veron, convenait après la réunion que ce point mériterait d'être revu, afin d'envisager un plafond de superficie.

Car ces autorisations de pub sur façade ont aussi pour vocation, sur un petit pourcentage du périmètre métropolitain, à aider les copropriétaires au financement des travaux de rénovation énergétique..

Pub numériques : la grande confusion

Distrayantes et donc dangereuses pour les conducteurs ou les cyclistes, trop visibles la nuit, hypnotisantes pour les plus jeunes, encore plus gênantes quand il s'agit de vidéos, énergiquement

irresponsables... Les nouvelles pubs numériques ne manquent pas de défauts. Par contre, la réglementation manque largement autant de clarté et de cohérence.

Ainsi, les pubs dans le métro sont hors du champ du RLP : elles dépendent du Sytral. Idem pour les écrans de télé dans les vitrines : ils échappent au règlement... contrairement aux horaires d'éclairage de ces mêmes vitrines, qui sont eux réglementés par la Métropole. Mais par contre, l'intensité de l'éclairage n'est pas légalement encadrable. Bonheur...

Après coup, Patrick Veron a également reconnu qu'il serait possible de retravailler à la surface maximum des panneaux numériques : de 6m², les descendre sur des dimensions de 4 ou 2m² pourrait ainsi mieux "passer".

Quant au contenu des publicités elles-mêmes : femmes réduites à des seins ou des fesses, par exemple, cela échappe au règlement. Mais promis juré, selon Patrick Veron, la Métropole cherche d'autres moyens pour influencer sur les images potentiellement toxiques.

Decaux, pub numérique et vélos électriques : "pas de lien"

La question des futurs vélos électriques du Vélo'V, conditionnés aux panneaux de pub numériques sur les mobiliers urbains de Decaux a été posée. Patrick Veron a tenu à assurer que les deux contrats étaient bel et bien "séparés. Les deux ne sont pas corrélés, et la Métropole peut lever l'une ou l'autre de ces deux options, au plus tôt en 2020. Après, il est sûr que les conséquences financières pour la Métropole seraient différentes".

En effet, si les vélos électriques sont demandés par la Métropole sans les rentrées publicitaires en face pour Decaux, il faudra probablement "casquer".

Couloir de pubs de Saint-Bonnet-de-Mure : des panneaux vont "tomber"

Sachant qu'il est illégal pour le RLP d'interdire entièrement un mode de publicité, le texte actuel tente de restreindre dans une certaine mesure les enseignes, panneaux scellés et autres dispositifs.

Ainsi, sur les terrains privés, une longueur de foncier de 20m ne pourra plus accueillir de panneau. Entre 20m et 60m, un panneau mural serait autorisé. Entre 60 et 100m, un mural ou un scellé au sol. Au-delà : deux panneaux sont possibles.

Mais un panneau lumineux empêche tout autre affichage publicitaire, quelle que soit la taille de la parcelle. "Sur la route de l'immobilier à Saint-Bonnet, on devrait pouvoir faire déposer un maximum d'enseignes, car c'est là-bas illisible et absurde", concède et espère Maureen Pépin, chef de projet RLP. Et promis, "la Métropole est dans la même dynamique que Grenoble (qui a enlevé 330 panneaux, NDLR), voire mieux".

Autant dire que les usagers venus à la réunion publique, persuadés que tout est déjà plié, attendent de pied ferme la prochaine étape de règlement qui doit être votée en janvier prochain par les 59 communes de la Métropole, puis par celle-ci en tant qu'entité.