

Pub sur les trottoirs : le décret toujours en application à Lyon

Annoncé suspendu par George Képénékian, avant un rétropédalage en règle, le décret autorisant les publicités au sol serait finalement bien suspendu selon le Grand Lyon. De son côté, l'entreprise Biodegr'ad affirme être légalement dans les clous.

Le collectif Plein la vue a dénoncé ce mardi les inscriptions de publicités qui continuent de fleurir sur les trottoirs de la ville. *“En ce mois de mai, ces procédés publicitaires pullulent dans les rues de Lyon. Pour Carrefour, pour BMW, pour Aéroports de Lyon”*, critique le collectif. Pour Benjamin Badouard, membre de Plein la vue, *“la publicité est interdite sur les trottoirs étant donné que le décret a été suspendu à Lyon par Georges Képénékian comme ce fut le cas à Bordeaux et Nantes”*. [De fait, le maire de Lyon avait déclaré en conseil municipal](#) : *“Il y avait l'idée qu'il y ait un travail expérimental (sur la publicité éphémère). Nous le suspendons pour le moment au gré des réflexions qui sont en cours”*. [Le lendemain de la parution de notre article, la municipalité avait finalement](#) temporisé expliquant qu'il s'agissait plutôt *“d'une suspension provisoire dans le cadre d'une concertation plus large sur le nouveau règlement local de publicité (RLP) piloté par la Métropole”*.

Le décret toujours actif malgré les demandes de la ville et du Grand Lyon

Contacté ce mardi, le Grand Lyon a bien confirmé que l'expérimentation était suspendue : *“George Képénékian et David Kimelfeld ont envoyé un courrier au ministre en demandant la suspension, la négociation du règlement local de publicité (RLP) étant en cours”*. Pourtant ces publicités sont toujours présentes entre Rhône et Saône. *“Le décret est en effet en partie suspendu à Nantes et Bordeaux, mais il est toujours en application à Lyon”*, affirme de son côté Guillaume Pâris de Bollardièrre, directeur associé de Biodegr'ad, entreprise lyonnaise qui propose ces marquages au sol au nettoyeur haute pression. De fait si un arrêté de suspension de l'expérimentation a bien été pris à Nantes et Bordeaux, aucune suspension de même nature ne semble avoir été prise pour Lyon selon Légifrance, rendant le décret toujours actif. Un manque de communication qui confirme l'intuition confiée à Lyon Capitale par un proche du dossier en février dernier lors de notre enquête [“Lyon sous la pub”](#) : *“Tout cela risque de se terminer par une gueulante de Gérard Collomb, qui a cosigné le décret et qui ne va certainement pas se dédire ainsi”*.

À Lyon, un flou critiqué

Faute de position claire de la part des pouvoirs publics depuis la sortie du décret [le 24 décembre 2017](#), le flou persiste sur la légalité de ces publicités sur les trottoirs de Lyon. Un manque de

visibilité autant critiqué par les antipubs que par les entreprises qui font ces marquages au sol. “La mairie doit se positionner en respectant la loi. C’est inadmissible de voir ses publicités au sol dans toute la ville, notamment avec les beaux jours où tout le monde sort, où tout le monde souhaite profiter du soleil, paisiblement, sans ces incessantes injonctions à consommer”, critiquent Benjamin Badouard et Chloé Vasset, membres du collectif. Du côté de Biodegr’ad, l’annonce de la publication du décret d’application l’an passé n’a pas eu le résultat escompté alors que l’entreprise a signé “90 %” des mesures présentes à l’intérieur. “On attendait ce décret comme le Messie pour rassurer les annonceurs privés et publics. Mais ça a eu un impact hyper négatif. À court terme, nous avons eu des projets avortés partout en France, dont à Lyon. Ici, il y a eu une incompréhension et on aurait aimé avoir une prise de position claire de la part des institutions”, confie M.Pâris de Bollardière.

Un RLP avec ou sans la pub sur les trottoirs en 2019

Ce dernier regrette par ailleurs de ne pas avoir pu “échanger avec le collectif Plein la vue malgré de nombreuses demandes de rendez-vous”. Selon lui, les intérêts de l’entreprise et du collectif ne sont pas si éloignés : “Au niveau européen, le marché de la pub est un des seuls marchés non régulés alors que c’est un des plus énergivores. Nous, on propose une solution bio, en circuit court, qui a vocation à limiter l’impact énergétique et visuel de la pub”. Questionné sur ce point, Benjamin Badouard a expliqué ne pas avoir répondu à Biodegr’ad, préférant “parler directement avec le Grand Lyon et la puissance publique”. La métropole est actuellement en phase de concertation avec les différents acteurs locaux et toutes les municipalités du Grand Lyon dans le cadre de la redéfinition du règlement local de publicité (RLP) qui doit être arrêté en 2019 et s’imposera à toutes les communes du Grand Lyon. [Un RLP dans lequel la métropole est conseillée par le même cabinet d’avocat qui a aidé la start-up lyonnaise Biodegr'ad](#) à obtenir l’expérimentation de la publicité au sol.



Publicité éphémère au sol devant le métro Garibaldi © Plein la vue