

A Lyon, le 27 janvier 2008

Objet : programme politique pour les élections municipales

Madame, Monsieur,

Les experts du GIEC¹ prévoient une hausse des températures de 1,8 à 4°C d'ici à 2100 due aux émissions de gaz à effet de serre par les activités humaines. Les consommateurs ne peuvent se dédouaner de leur responsabilité face à cette catastrophe, mais ils ne sauraient être incriminés tant que les puissances publiques les poussent à la surconsommation en facilitant le travail des publicitaires.

Alors que Paris restreint de 20% son affichage² et que Sao Paulo, plus radicale, ose l'interdiction de toute publicité sur son territoire³, le mandat de Gérard Collomb au Grand Lyon laisse un bilan amer en la matière. Le renouvellement du marché public de mobilier urbain en novembre 2004, qui était l'occasion de diminuer drastiquement l'affichage publicitaire sur l'espace public, a empiré la situation. Des mécanismes déroulants et rétroéclairés ont été installés sur la quasi-totalité des 2 200 abribus, ainsi que sur les 536 Mupi⁴ existants. Energivores, ces dispositifs sont également bien plus efficaces en terme d'impact sur le consommateur. De plus, non contents d'avoir accordé 64 nouveaux panneaux - dont 5 de 8m² - , les élus communautaires ont ensuite validé un avenant en novembre 2006 permettant à JC Decaux d'installer 40 sucettes supplémentaires, sous couvert d'information sur le dispositif vélo⁵.

Pourtant la nocivité, tout du moins visuelle, de la publicité est reconnue par ces mêmes élus : le RLP⁵ du 1^{er} avril 2001 de la ville de Lyon par exemple instaure des zones de publicité restreinte, voire interdite dans les Pentes de la Croix Rousse classées patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO. Les habitants des autres quartiers de l'agglomération sont-ils des citoyens de seconde zone, pour qu'on considère qu'ils peuvent être sans encombre envahis de panneaux ?

La revendication des Déboulonneurs porte sur la restriction du nombre et de la taille (affiches de 50 x 70 cm maximum, dispositifs de 2m²) des panneaux publicitaires. Nos actions de désobéissance civile nous ont valu deux procès le 2 mai et le 4 juin 2007. Par la clémence de son verdict (dispense de peine), l'un des juges a reconnu la légitimité de notre combat face à une situation grave et urgente. Dans le cadre des élections de mars 2008, votre groupe politique va participer à une liste municipale. Le mandat que vous briguez permet de poser un acte politique fort en faveur de l'environnement et de la liberté des « cerveaux disponibles » de vos administrés. Au lieu d'attendre que le Parlement se saisisse enfin de la question, vous avez le pouvoir de faire de Lyon une ville à l'avant-garde du combat anti-publicitaire en y appliquant les règles que nous revendiquons.

Restant à votre disposition pour discuter de ce dossier, nous attendons avec impatience votre réponse et votre engagement.

Le collectif des Déboulonneurs de Lyon

Adressé à : tous les groupes politiques en lice pour les élections municipales dans les communes du Grand Lyon
Copie à : la presse

¹ Groupe intergouvernemental sur l'évolution du climat

² Au RLP de la capitale voté en décembre 2007 figurent également l'interdiction du micro-affichage, la suppression des zones de publicité élargie, l'interdiction des affiches publicitaires sur les immeubles haussmanniens et à moins de 50 m d'une école. Ces mesures doivent être effectives d'ici 2 ans. En outre, les mobiliers urbains de 8m² doivent avoir disparu en 2017.

³ La « loi pour une ville propre » votée par le conseil municipal en janvier 2007 impose l'éradication totale de la publicité (la ville compte 8 000 sites publicitaires). Les contrevenants encourrent une amende de 4 500 \$ par jour.

⁴ Mobiliers urbains pour l'information, plus communément appelés sucettes

⁵ Règlement local de publicité