

Questionnaire Opération ville propre

A l'attention des candidates et des candidats aux municipales de 2014



Merci de nous communiquer vos réponses :

- par courriel à contact@antipub.org

- ou à l'adresse de l'association : R.A.P. 24, rue de la Chine - 75020 Paris.

Les réponses seront publiées sur notre site internet <http://antipub.org> .

1 - La liberté de réception

Elle est le corollaire de la liberté d'expression. Elle permet de donner le choix aux citoyens de recevoir ou non de la publicité. Chaque citoyen peut tenter de l'exercer en apposant un autocollant "stop-pub" sur les boîtes aux lettres, par l'inscription aux listes anti-prospection par téléphone,... Vous pouvez la faire respecter en imposant la réduction des formats des publicités extérieures pour que le citoyen s'approche du message et montre ainsi son consentement à le recevoir.

Êtes-vous favorable à ce concept de liberté de réception et êtes-vous prêt à le promouvoir et le mettre en œuvre durant votre mandat ?

Oui, nous sommes tout à fait partisans de cette liberté pour les citoyens. Nous prendrons des mesures pour que les citoyens exercent cette liberté.

2- Affichage publicitaire, paysages et environnement - règlement local de publicité (R.L.P.)

Les paysages français sont bien souvent dévastés par la publicité. *Êtes-vous favorable à une refonte du RLP de votre ville pour une diminution des panneaux, en nombre et en taille, voire l'interdiction de certains formats ?*

Nous souhaitons par une réforme du RLP interdire les panneaux publicitaires 4x3m, et engager la diminution progressive de l'affichage publicitaire dans l'espace public. Dans le même temps nous souhaitons développer l'affichage libre de petit format, non commercial, pour les associations, syndicats, mouvements politiques et les simples citoyens.

Dans le cadre de ce RLP ou dans le cadre de vos attributions(1), *comptez-vous :*

- interdire des écrans publicitaires dans l'espace public ?

Oui dans la mesure de ce que permet la loi au niveau national.

- interdire des bâches publicitaires dans l'espace public ?

Ce type d'affichage peut parfois être source de financement du patrimoine immobilier public à vocation culturelle (par exemple la rénovation du musée d'Orsay). Aussi si l'intérêt culturel est avéré et pour une durée limitée dans le temps et si l'affichage est en lien direct avec la fonction culturelle du bâtiment alors il peut être accepté provisoirement. Par ailleurs, nous ne sommes pas favorables à de l'affichage qui vise à promouvoir l'image de la ville plutôt qu'à informer ses habitants de dispositifs ou d'activités à leur destination.

- mettre en place des mobiliers urbains sans publicité ?

Nous souhaitons tendre vers une libération de l'espace public de la publicité, cela concerne bien sûr également le mobilier urbain.

- réglementer l'extinction des lumières des mobiliers urbains, qui aujourd'hui n'ont pas d'obligation d'extinction ?

Nous souhaitons de manière générale mettre en place un plan « lumières » pour à la fois mieux éclairer certaines zones vécues comme insécurisantes pour les piétons et à la fois une politique de réduction des sources de pollution lumineuse la nuit, ce qui concerne aussi le mobilier urbain.

- Instaurer une règle de densité plus restrictive pour la publicité extérieure?

Nous souhaitons de manière générale limiter la publicité en ville.

- Interdire la publicité sur les véhicules ?

Ce type d'affichage doit rester ponctuel et ne peut en aucun cas devenir permanent.

- Limiter la taille des affiches à un format de 50 x 70 cm ? Afin que la publicité ne s'impose plus aux passants.

Nous souhaitons libérer progressivement l'espace public de la publicité, et pour y parvenir, l'une des premières étapes est de réduire la taille des affiches afin de sortir de la situation actuelle d'agression publicitaire.

- Interdire tout dispositif publicitaire consommant de l'électricité ?

Les classiques affiches collées sont peu à peu remplacées par des panneaux déroulants et éclairés ou par des écrans vidéos, consommant de l'électricité.

Dans la perspective d'une ville écologique, respectueuse de l'environnement et économe en énergie, et en lien avec notre souhait de réduire la pollution lumineuse, nous ne sommes bien sûr pas favorables au développement des panneaux lumineux, dans la limite de ce que nous permettra d'effectuer le RLP.

3- Faire respecter la loi sur le paysage.

On constate qu'il est très difficile de faire appliquer la loi par les afficheurs (un tiers des panneaux serait illégaux), faute de moyens humains pour contrôler les implantations de

panneaux. C'est au maire de faire appliquer la législation dans le cas où la commune est dotée d'un RLP et au préfet dans le cas contraire. *Comptez-vous affecter, embaucher former des fonctionnaires à cette fin ?*

Les associations et les citoyens s'organisent de plus en plus pour faire respecter la loi en matière d'affichage publicitaire et c'est une bonne chose. Mais les collectivités et l'Etat doivent également assurer le respect de la loi. Ainsi, nous nous engageons à consulter, dans ce domaine comme pour d'autres, les associations expertes et à former les agents qui effectueront cette mission de contrôle.

Interviendriez-vous si la commune est dotée d'un RLP pour interdire certaines opérations de marketing de rue (2) ?

Notre priorité est de faire diminuer la place de la publicité en ville au profit de l'information culturelle, associative et citoyenne. Ainsi, les dispositifs ponctuels et légers d'affichage et d'informations pourraient perdurer dans cette optique.

4- Prospectus dans les boîtes aux lettres

Les prospectus publicitaires dans les boîtes aux lettres représentent 31 kg de papier par foyer et par an. *Comptez-vous mettre gratuitement à disposition de vos administrés des autocollants "stop-pub" ?*

Oui.

5- Publicité et services publics

La collectivité et l'intercommunalité éditent un journal. Ce journal peut contenir des publicités. Or, il est possible de retirer ces publicités. *Le feriez-vous si vous étiez élus ?*

A Grenoble, nous souhaitons transformer cette publication à plusieurs égards, et la place de la publicité dans ce document fait partie des éléments que nous souhaitons mettre en question.

Le financement "promotionnel" par des entreprises va à l'encontre de la neutralité du service public. Certaines collectivités pratiquent la sponsoring (partenariat publics privés...), pour financer leur événement. *Comptez-vous recourir à ce type de financements si vous êtes élus ?*

Nous ne sommes pas opposées par principe à ce type de financements, néanmoins ils doivent être employés avec parcimonie et en toute transparence.

6- Publicité et traçage sur internet :

La publicité a besoin de tracer sa « cible » afin de mieux l'identifier et être plus « efficace ». *Si vous êtes élu, intégreriez-vous par défaut dans les navigateurs de la collectivité la possibilité de bloquer les publicités intrusives et les fichage des données personnelles sur internet (3)*

Nous souhaitons équiper la collectivité de logiciels libres mieux à même de bloquer la publicité et le traçage sur le réseau.

7 - Publicité et enfants :

Les enfants sont une cible de choix et facile pour les publicitaires. *Quels mesures proposez-vous pour mieux les protéger ?*

Notre ambition de libérer l'espace public de la publicité permettra de protéger tous les habitants de son agression, parmi lesquels, bien sûr, les enfants. Nous refuserons les opérations de sponsoring, comme l'a fait la majorité sortante, pour une aide à l'achat de lait maternel.

8-Pratiques des partis politiques

Quelles pratiques d'affichage et de propagande réalisez-vous pour ces élections ? Vous interdisez-vous la pratique de l'affichage sauvage ?

Nous pratiquons une campagne d'affichage propre. Très ponctuellement nous pouvons coller sur des supports temporaires, comme des palissades de chantier dans la mesure où le nombre de panneaux d'affichage libre est extrêmement réduit à Grenoble. Nous souhaitons développer l'affichage libre non-commercial, d'opinions, culturel et associatif en laissant une place à chacun, et ainsi à l'avenir rendre ces pratiques superflues.

(1) Si votre commune est dotée d'un RLP, vous recevrez des demandes d'autorisation d'implantation d'écrans publicitaires ou de bâches. Vous avez la possibilité de refuser ces autorisations (art. R581-9 et suivants du code de l'environnement).

(2) Le marketing de rue n'est pas interdit en soi, mais utilise souvent des moyens illégaux : affichage sur les arbres (art. L581-4), sur les installations d'éclairage public ou les équipements publics concernant la circulation (art. R581-22), ou encore, à moins de 100 mètres d'un monument historique (art. L581-8).

(3) Pour plus d'information voir le site internet: <http://surfezcouvert.net>