



Élu-e-s
du groupe
Saint-Herblain
en Commun

Conseil municipal du 2021

Intervention de **Eric Bainvel**

Délibération n° 21 : Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) - Débat d'orientations générales

Cher.e.s collègues,

En matière de publicité commerciale, l'affichage constitue l'agression majeure, la plus ancienne, celle à laquelle personne n'échappe (entre 500 et 3000 messages publicitaires reçus par personne en ville par jour). On est libre ou non de regarder la télévision, d'écouter ou non la radio, d'acheter ou non un journal, pas de circuler sans être confronté à un incessant défilé d'images et de slogans publicitaires commerciaux. Donc que ce soit sur des panneaux, du mobilier urbain, des bus ou tramways, il n'existe pas de bonne localisation.

Pour autant la critique ou les actions contre l'agression publicitaire ne peut se résumer à « la pollution visuelle » et à la protection « des lieux présentant une sensibilité patrimoniale et/ou une sensibilité paysagère » comme se limite à le faire ce rapport métropolitain. En effet, la publicité est bien plus qu'une simple pollution visuelle.

Depuis les années 1950, les budgets de la pub ont été multipliés par 10 au niveau mondial, tout comme par hasard, les émissions de gaz à effet de serre. En 2021, les dépenses de communication des grandes entreprises seront supérieures à 1500 milliards de dollars dans le monde entier. Elles représentent le deuxième budget mondial après l'armement. En France, les dépenses atteignent 46,2 milliards d'euros chaque année. Malgré son poids économique, seulement 0,02% des entreprises ont accès au marché publicitaire français. Au total, 672 entreprises contrôlent 80 % de ce marché. La publicité favorise donc avant tout les grandes entreprises et multinationales au détriment là encore du des petites entreprises et du petit commerce de proximité, pourtant plus créateur d'emplois, de liens sociaux et moins polluant.

La publicité est un des piliers de la destruction écologique et sociale en incitant à la surconsommation et donc à la pollution et à l'augmentation des émissions de CO2. A l'image de la multiplication des panneaux lumineux et écrans vidéo allumés jour et nuit ! Un panneau vidéo de 2m2 consomme en



Citoyen-nes
engagé-es



Élu.e-s
du groupe
Saint-Herblain
en Commun

électricité l'équivalent de la consommation électrique d'un foyer de 4 personnes. Le Réseau de transport électrique (RTE) dans son bilan électrique annuel prévisionnel 2019 préconisait de supprimer la publicité numérique et lumineuse car jugée superflue pour obtenir un gain journalier de 0,1 GW d'énergie sur le territoire français.

Par ailleurs, un grand nombre de ces panneaux sont implantés aux abords des routes et ronds-points, au niveau des zones piétonnes et parfois à proximité des croisements avec la ligne de tramway (arrêt François Mitterrand, Boulevard du Tertre...) et sont faits pour attirer l'œil des passants, y compris des automobilistes, ce qui est dangereux puisqu'ils distraient les conducteurs et conductrices. La nuit, certains panneaux sont éblouissants car la luminosité n'est pas ajustée. Ceci est susceptible de générer des accidents. Il y a là un réel enjeu de sécurité routière.

La publicité pousse à l'individualisme égoïste et à des comportements irresponsables. En entretenant la convoitise et la frustration, elle est source de surendettement, de délinquance, de violence pour les plus démunis. Elle réduit l'existence à la consommation. La publicité propage des idéologies néfastes : sexisme, ethnocentrisme, culte de l'apparence, compétition, violence, en une escalade sans but et sans fin.

Enfin, c'est le consommateur qui paie la publicité : en moyenne 500 € par an et par personne. Le coût de la publicité est répercuté sur le prix des produits. Puis ce sont les collectivités locales et in fine les citoyens et citoyennes qui supportent le coût des déchets.

Nous élu.e.s de Saint Herblain En Commun espérons que cette révision du RLPE ira dans le sens d'une réduction drastique de la publicité extérieure, voire sa suppression car nous souhaitons que notre ville et la métropole dans son ensemble soit un espace de détente visuelle, pas une prolongation de la surenchère visuelle d'Internet et de la télévision. Des communes ou collectivités locales s'y sont déjà engagées, que ce soit sur le territoire de l'Etat français ou sur celui d'autres Etats.

Nous considérons que seuls les panneaux d'utilité sociale et collectif, destinés à l'information citoyenne (collectivités territoriales, associations, organisations politiques, spectacles et manifestations culturelles...) peuvent être conservés. Comptez sur nous pour agir dans ce sens.

Pour autant, quel que soit le nouveau RLPE qui sera adopté, les mairies pourront aller plus loin dans la réglementation. Comptez sur nous là aussi pour pousser dans ce sens.

