

Volt Lille: Avis pour le Règlement Local de Publicité Intercommunal

Cet avis est créé par l'équipe Lille de Volt France. Il reçoit et étend les idées données par les Lillois(es) en-ligne et sur les réunions publiques de Volt Lille..

Résumé:

Nous sommes aujourd'hui immergé dans **un monde de bruits**, y compris **le bruit visuel de la publicité** dans le domaine physique¹ ou l'univers digital². Nous sommes exposés à des confrontations constantes avec des publicitaires - les seuls refuges étant nos lieux de vie défendu par les autocollants "Stop Pub".

La publicité a un bilan négatif pour toutes les participants (sauf pour les fournisseurs). On constate une course de la publicité de la part des fournisseurs. Le plus de publicité, le plus onéreux d'acheter des espaces pour les publier. Le plus de publicité, les plus bruyantes pour nous, les citoyens. Et plus grand l'impact sur l'environnement en terme des ressources et d'énergie gaspillées. La question suivante se pose, est-ce nécessaire dans un période qui demande de changer nos comportements vers un trajectoire beaucoup plus durable ?

Donc quelle est l'approche de la MEL ? **Suffit-il de réglementer les tailles et les lieux de panneaux ou est-il nécessaire de repenser la politique de la publicité en générale ?** Dans le monde (veuillez voir Sao Paulo³) et aussi en France (veuillez voir Grenoble⁴) les villes innovantes (ou désespérées) ont banni la publicité et ont remplacé les publicités avec des arbres. Pourquoi pas ici ? Notre région, Lille et la MEL sont privées d'arbres et des espaces verts. **C'est l'occasion de porter des idées plus ambitieuses et soutenables.** Nous avons ajouté les propositions suivantes qui sont en ligne avec notre programme pour les élections municipales de Lille - notamment des "zones sans sillage" dans les centres-villes (ceux sont les zones sans bruits - de voitures mais aussi de la publicité). Nous serions heureux qu'elles soient prises en compte pour le Règlement.

Contenu:

1. La publicité silencieuse et soutenable
 - 1.1 Suppression de la publicité dans centre-villes
 - 1.2 Des contenus à la hauteur de temps
 - 1.3 Les installations durables

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=fSfKICmYcLc>

² https://static.seekingalpha.com/uploads/2019/6/47644028_15606707460634_rld11.jpg

³ <https://99percentinvisible.org/article/clean-city-law-secrets-sao-paulo-uncovered-outdoor-advertising-ban/>

⁴

https://www.lemonde.fr/societe/article/2014/11/24/grenoble-commence-a-bannir-la-publicite-de-ses-rues_4528080_3224.html

1. La publicité silencieuse et soutenable

En marchant dans les rues de Lille et la MEL on trouve beaucoup de supports publicitaires. En chantier pendant un temps, vandalisés plusieurs fois, gênant pratiquement tout le temps. Nous sommes bouleversés par la publicité ! Son omniprésence n'est plus acceptable !



Installation supports publicitaires, La Madeleine

1.1 Suppression de la publicité dans centre-villes

Établir les centre-villes comme “zones sans sillage” - y compris d’être exempté de la publicité. Les centre-villes devraient être des espaces à vivre avec un certain degré de tranquillité visuelle, qui n'est apporté que par les installations de publicité dans tous les coins

Comment ?

1. **Supprimer les présentoirs autoportantes** ou les remplacer par des arbres. Ils polluent les rues et s'imposent à les citoyens. De plus, ils sont des objets de vandalisme permanent donc aussi une charge récurrent pour les maintenir dans un état utilisable.
2. **Convertir les arrêts du bus en arrêts verts.** Beaucoup d'initiatives envisagent de végétaliser les toits des arrêts de bus - cela devrait inclure aussi de remplacer la publicité sur les côtés avec les feuillages verticaux.
3. **Limiter les dimensions des enseignes publicitaires** dans les dimensions des façades sur lesquelles ils sont installés. Interdire les enseignes publicitaires sur les toits.

1.2 Des contenus à la hauteur de temps

Restreindre la promotion de certains produits et rendre disponible une partie des espaces restants à des établissements et associations locales et durables

Comment ?

1. Désigner les catégories de produits **moins durable et malsains** (par exemple l'alcool, la restauration rapide, les voitures polluants) et **interdire la publicité pour ces produits**. Les publicités pour les cigarettes n'existent pas non plus. Pourquoi pas pour des autres produits ?
2. **Rendre disponible une part des espaces pour les commerces de proximité** et permettre à ces entreprises de les utiliser sans couverture d'un territoire assez grand ou un abonnement long-term. La publicité est en plupart adaptée pour les grandes entreprises au détriment des petites.
3. **Promouvoir la visibilité des associations locales, de bonnes pratiques** de transition écologique et sociale et **des enquêtes publiques** en utilisant des espaces de la publicité pour les présenter.

1.3 Les installations durables

Demander sur les installations restantes d'être autonome et intelligentes en terme d'énergie utilisée. L'utilisation du chauffage domestique est bien réglé, mais les pubs sont allumées tout le temps.

Comment ?

1. **Demander l'installation de panneaux solaires pour éclairer la publicité.** Des présentoirs autoportantes avec connection dans la réseaux d'électricité sans réglage d'utilisation ne devrait pas être autorisé.
2. **Exiger que les matériaux utilisés pour les installations soient conformes avec l'économie circulaire.** Plusieurs fois, les vieux panneaux restent comme ossatures. Le requis d'un permis pour la construction d'une installation doit donc aussi inclure une réutilisation ou en minimum un recyclage de matériaux utilisées.