

Publicité sur les trottoirs : les villes se rebiffent

Deux des trois villes censées expérimenter le marquage au sol ne le voient pas d'un bon oeil.

On ne leur a pas demandé leur avis, mais elles ne se privent pas de le donner. Et il est très défavorable. Quatre jours après qu'un décret publié au Journal officiel a autorisé Lyon, Bordeaux et Nantes à expérimenter le marquage publicitaire éphémère sur les trottoirs, deux des trois municipalités concernées ont exprimé de fortes réserves.

Pour la ville de Nantes, c'est non. La publicité au sol « conduirait à une pollution visuelle », explique la municipalité dans un communiqué, et irait à l'encontre de son souhait de « valoriser les atouts patrimoniaux et environnementaux de son centre-ville ».

Son réquisitoire ne s'arrête pas là. La ville estime également que de tels messages viendraient brouiller la lisibilité de sa signalétique routière et touristique, au détriment de la sécurité des usagers. Et elle précise que dans le cadre de cette lutte contre « un excès de marchandisation » de l'espace public, elle a engagé une réduction du nombre de panneaux publicitaires qui prendra effet en février prochain.

Fin de non-recevoir

Dans ce contexte, elle « souhaite s'en tenir aux codes de la route et de l'environnement et refusera toute demande de marquage au sol. Elle va adresser un courrier en ce sens aux ministères concernés ».

Cette fin de non-recevoir fait écho à la vive réaction de la sénatrice Nathalie Delattre, conseillère municipale de Bordeaux. Alors que le maire de la ville a lui-même déploré l'absence de concertation en début de semaine, l'élue a annoncé hier dans un post sur Facebook, qu'elle avait saisi le Ministre de l'Intérieur sur la question.

Le test, prévu pour durer un an et demi, comporte pourtant des garde-fous. Les publicités ne doivent pas diminuer l'adhérence du sol, rester plus de dix jours ni excéder 2,50 m². Mais visiblement, ces précautions n'ont pas suffi à convaincre.

Sébastien Dumoulin, 28/12/17, Les Echos