

Une ville peut-elle se passer de pub ?

COURRIER INTERNATIONAL
30/10/2007

AFFICHAGE - Des centaines de municipalités dans le monde ont interdit les panneaux publicitaires. Les grands groupes d'affichage organisent la riposte.

THE ECONOMIST

Londres

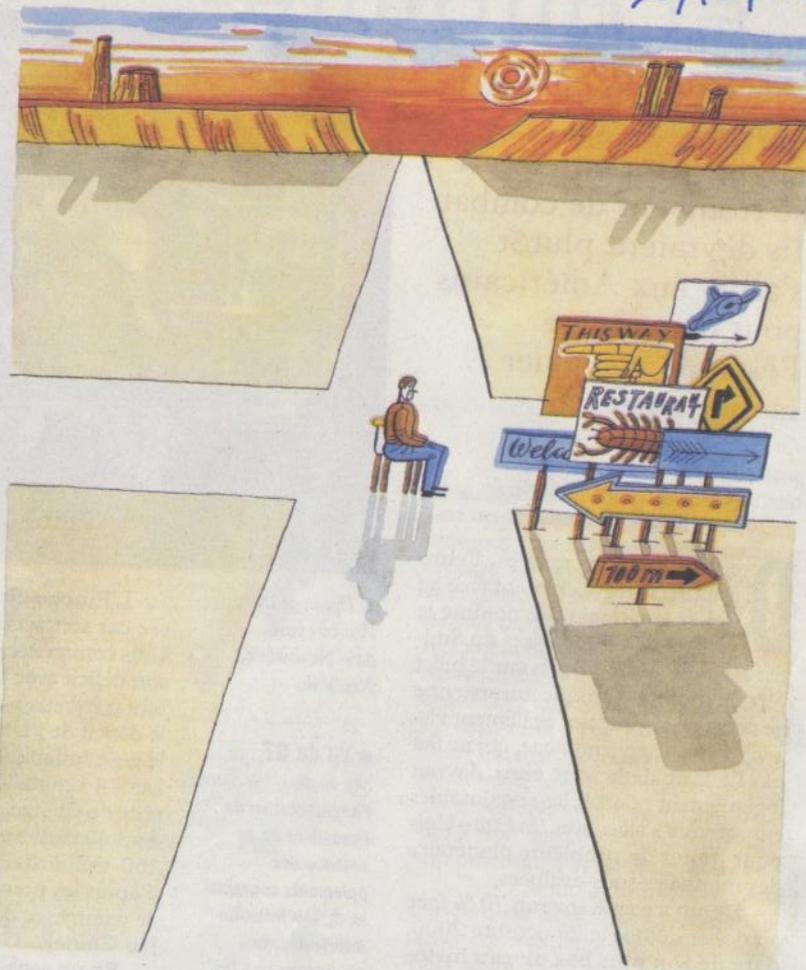
L'interdiction de la publicité sur la voie publique à São Paulo est illégale et nous le prouverons", affirme Paul Meyer, directeur de l'exploitation de l'entreprise américaine Clear Channel Outdoor, numéro un mondial de la publicité extérieure. En septembre 2006, le conseil municipal de la plus grande ville du Brésil a pris un arrêté [entré en vigueur début 2007] interdisant les panneaux d'affichage ; Clear Channel porte l'affaire devant les tribunaux pour demander son annulation. Selon Meyer, les avocats de l'entreprise sont persuadés que cette disposition sera déclarée anticonstitutionnelle. "La destruction d'une activité économique serait à coup sûr contraire à la loi aux Etats-Unis", ajoute-t-il.

Pourtant, les panneaux d'affichage sont déjà hors la loi dans d'autres parties du monde - y compris aux Etats-Unis. Le Vermont, le Maine, Hawaii et l'Alaska les ont interdits, tout comme 1 500 municipalités. En Europe, la ville norvégienne de Bergen a fait de même, et d'autres restreignent sévèrement l'affichage. Le maire de Moscou, par exemple, s'apprête à prendre des mesures visant à réduire le nombre et la taille des panneaux.

Pour autant, São Paulo est la première grande ville à les bannir totalement. L'arrêté "ville propre" interdit

Retrouvez cet article en v.o. page 57 dans *Courrier in English*

► Dessin de Robin Chevalier paru dans *New Scientist*, Londres.



également la pub sur les taxis et les autobus, et réglemente rigoureusement les enseignes des magasins. La plupart des panneaux ont été installés sans autorisation, même si Clear Channel a dépensé quelque 2 millions de dollars [1,4 million d'euros] pour se conformer aux règles sur la publicité extérieure en vigueur avant l'interdiction.

São Paulo est désormais une ville sans publicité, et nombreux sont ceux qui, dans cette métropole de 11 millions d'habitants, la jugent plus belle ainsi. Devant cette réussite, Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre et même Buenos Aires, capitale de l'Argentine voisine, envisagent à leur tour des mesures visant à restreindre ou à

interdire la publicité extérieure. "Ce n'est sans doute qu'un début", prévient Jean-François Decaux, président de JCDecaux, le numéro deux mondial du secteur. A son avis, les entreprises locales doivent s'unir pour combattre l'affichage sauvage. Faute de quoi, de nombreuses autres villes, en particulier dans les pays émergents, seront tentées de suivre l'exemple brésilien.

Pour Robert Weissman, de l'association américaine de défense des consommateurs Commercial Alert, São Paulo a pris une excellente initiative. La voie publique ne doit pas être utilisée abusivement à des fins commerciales privées, estime-t-il. Decaux rappelle toutefois que les groupes d'affichage versent beaucoup d'argent aux municipalités pour pouvoir faire usage de l'espace public. Ils leur fournissent parfois aussi du mobilier urbain - par exemple abribus ou toillettes publiques -, en contrepartie du droit d'y placarder de la publicité.

Cet échange de bons procédés incite fortement les deux parties à collaborer. Decaux et Meyer se disent favorables à une réglementation appropriée de l'affichage et à sa stricte application. Ils soulignent que la prolifération des panneaux sauvages nuit à leurs affaires, parce qu'ils détournent l'attention du public des panneaux légaux. Et, plus il y aura de publicité légale, plus les municipalités hésiteront à se priver des recettes et des services qu'elle leur procure.

C'est la raison pour laquelle São Paulo pourrait réintroduire un jour ou l'autre la publicité, indépendamment de l'issue du procès intenté par Clear Channel. Car les municipalités sont presque toujours à court d'argent, et la métropole brésilienne ne fait pas exception à la règle.