

COMMUNIQUE DE PRESSE

de l'association *Résistance à l'agression publicitaire*.

Des Vélib' en banlieue, la publicité en embuscade !

Paris, le 16 juillet 2008 – Le Conseil d'État vient de donner l'autorisation au système des vélos publicitaires (vélib') de la Ville de Paris de franchir le périphérique. Cette décision représente en fait pour les villes de banlieue un véritable cadeau empoisonné. Toute extension du dispositif en banlieue devra être compatible techniquement avec le système parisien, ne laissant aucune marge de manœuvre aux maires dans le montage juridique du contrat (lier ou pas le marché des vélos en libre service au marché publicitaire) ainsi que dans le choix du prestataire. Avec cette décision, c'est donc un modèle économique uniforme et monopolistique qui s'installe : celui des vélos en libre service (VLS) de JCDecaux.

Saisie par son principal concurrent Clearchannel, un autre mastodonte de l'affichage publicitaire, le tribunal administratif avait pourtant estimé que ceci constituait un nouveau marché, et que le choix d'un prestataire devait se faire en respectant le code des marchés publics. Mais JCDecaux a toujours tenté d'échapper à ces règles. Un rapport de la chambre régionale des comptes d'Ile de France pointait déjà en 2006 l'absence de mise en concurrence depuis les années 70, entraînant une position de quasi monopole pour la société JCDecaux (1). Avec les vélib', cette société réussira-t-elle à nouveau à faire obstacle aux règles de la concurrence ?

Nous ne voyons pas dans cette décision une victoire de la "politique cyclable" parisienne mais bien l'imposition en dehors du périphérique d'un système liant vélos en libre service et publicité sur le mobilier urbain. En effet, l'implantation de stations vélib' dans des communes de banlieue imposera à celles-ci le système JCDecaux, non seulement pour les VLS, mais également pour l'affichage publicitaire.

Si, dans un premier temps, cette petite extension à la banlieue se fait sans contrepartie publicitaire, ce ne sera pas le cas par la suite. Une commune qui souhaite développer son système de VLS, se verra imposer JCDecaux, car elle aura déjà sur son territoire des stations vélib'. Dans ce cas, il est impossible de choisir un autre système (par exemple municipal ou géré par une association). En effet, comment imaginer avoir un système VLS, en régie municipale par exemple, non compatible et non régulé par le système Vélib' global ?

Insidieusement, JCDecaux s'impose comme le seul et unique prestataire d'un système de VLS en banlieue. Que les maires de banlieue ne soient pas naïfs, JCDecaux saura tirer toutes les conclusions de cette situation de monopole !

C'est ainsi que les afficheurs continuent leur expansion tous azimuts, imposant, grâce aux panneaux lumineux et déroulants, trois fois plus d'affiches publicitaires sur l'espace public. Comme si la banlieue parisienne n'était pas assez dégradée et défigurée par la pollution publicitaire...

C'est pourquoi R.A.P. appelle les communes concernées à refuser ce cadeau empoisonné des vélib' car le financement publicitaire de ce service a de nombreux effets pervers (2). Nous leur demandons de montrer l'exemple à la Mairie de Paris en instaurant un système de VLS alternatif, en régie municipale ou par une délégation de service public.

Contact : Laure Nicolas 03 22 47 37 59

Pour plus d'informations : <http://antipub.org/velo>

(1) Rapport de la chambre régionale des comptes d'île de France de 2006.

(2) Voir le dossier envoyé aux mairies sur les dangers du couple vélos/panneaux publicitaires : <http://antipub.org/velo>