

Liste STRASBOURG en COMMUN
Avec Kevin Loquais et Ameris Ambard
Soutenue par LFI, GS, PEPS et REV
et des citoyen.ne.s engagé.e.s

Questionnaire municipales 2020
Quelle place de la publicité dans
l'Eurométropole de Strasbourg ?



AVANT PROPOS :

Le programme de la liste STRASBOURG en COMMUN (<https://strasbourg-en-commun.fr/notre-programme/>) s'attache à répondre à 4 urgences : l'urgence Démocratique, l'urgence Écologique, l'urgence Sociale et l'urgence Éducative. Dans les 4 cas la problématique de la publicité est un des symptômes caractéristiques de ces urgences.

La publicité pose clairement problème au niveau démocratique car c'est les grandes enseignes qui occupent l'espace public proportionnellement à leurs poids économiques et au final un tel flot de messages toujours dans le même sens d'une société de consommation effrénée ne laisse plus de place pour une vision alternative par exemple plus tournée vers une certaine sobriété énergétique.

La publicité pose clairement problème au niveau écologique non seulement de par les supports (gaspillage papier, panneaux lumineux énergivores etc.), mais aussi de par les messages véhiculés qui incitent généralement à une boulimie consumériste néfaste pour l'environnement.

La publicité pose clairement problème au niveau social car elle enferme tout un chacun dans des modèles de société ou l'avoir passe avant l'être et ou l'on achète tout même et surtout son bonheur, quitte à s'endetter pour suivre la norme et pouvoir exister aux yeux des autres.

Enfin, la publicité pose clairement problème au niveau éducatif surtout quand on prône comme nous le modèle de l'éducation populaire, car les messages publicitaires sèment généralement la confusion des valeurs et exposent abondamment les plus vils clichés sexistes ou autres sans aucun scrupule du moment que cela permet de mieux vendre, et tant pis si l'influence est désastreuse en particulier pour les jeunes esprits.

Bref la publicité n'est peut-être pas la cause de tous nos problèmes mais elle en est le signe le plus visible, elle est la propagande qui accompagne le système ultra-libéral dans sa colonisation des esprits comme de l'espace visuel.

1 - Règlement local de publicité intercommunal (RLP(i))

Nous sommes totalement prêts à revisiter le RLPI d'ailleurs nous l'avons annoncé dans notre programme : « Revoir le règlement local de publicité intercommunale (RLPI). Réfléchir à la question de la publicité dans la ville, notamment à visée commerciale. Stop au développement des panneaux lumineux. Remettre en place les panneaux de libre affichage qui ont disparu de la ville ces dernières années. ».

Pour ce qui est de l'extinction des lumières des enseignes et MU nous voudrions déjà commencer par faire en sorte que la loi actuelle soit respectée car nous avons constaté de nombreux cas de « laisser aller » en particulier dans l'hyper-centre.

Pour ce faire il faudra engager un dialogue raisonné avec « les vitrines de Strasbourg » afin de faire passer le message et si ce n'est pas suffisant il faudra mobiliser la police municipale ponctuellement et systématiser les amendes.

Enfin, les véhicules circulants dans l'unique but d'ajouter des messages publicitaires à l'espace public est également à proscrire non seulement pour des raisons de pollution visuelle mais aussi pour des raisons de pollution de l'air.

2 - Contrat publicitaire de concession avec la ville ou l'intercommunalité

Dans la mesure du possible nous nous efforcerons de revoir les contrats, bien entendu il faudra éviter les ruptures de contrats déjà signés pour éviter de trop lourdes amendes mais pour la suite notre ligne est claire. Nous avons bien entendu en tête l'exemple grenoblois car nous avons des liens idéologiques avec cette équipe municipale.

La publicité sur écran numérique est une aberration (gaspillage énergétique, méthode agressive, etc.), elle doit évidemment être entièrement proscrite dans l'espace public mais l'autorité communale doit aussi lutter activement pour éviter sa prolifération y compris dans les lieux qui ne dépendent pas directement de sa jurisprudence (centres commerciaux, gare SNCF, etc.).

La ville doit également lutter activement contre les messages à caractère sexistes ou discriminatoires malheureusement trop rependus dans les publicités qui envahissent notre environnement urbain.

Parallèlement à la prolifération des espaces publicitaires commerciaux nous avons constaté en tant que militants politiques, syndicaux ou associatifs la disparition de nombreux panneaux d'expression libre (environ une quinzaine en moins au cours de ces 4 dernières années !), nous y voyons là une forme de privatisation de l'espace public et une entrave à la liberté d'expression.

3 - Faire respecter la loi sur le paysage

Dans la mesure du possible nous nous engageons à peser dans le sens d'un respect strict de la loi sur le paysage, quitte à mobiliser les agents territoriaux. Et ce bien entendu si nous obtenons la majorité à la mairie mais également même si nous sommes minoritaires, nous pèserons sur les débats en ce sens.

4 - Prospectus dans les boîtes aux lettres

Distribuer des macarons « stop-pub » à travers le bulletin d'information municipale est en effet un très bonne piste tout à fait envisageable, dans tous les cas nous avons dans l'idée de revoir totalement la conception même de ce bulletin pour que celui-ci ne soit plus lui-même un support publicitaire mais devienne un vrai organe de la vie démocratique (informations citoyennes, compte-rendus et odj des conseils municipaux, etc.), et sans doute en réduire également le tirage pour éviter le gaspillage de papier.