

DOSSIER DE PRESSE
jeudi 25 mars 2021

Journée internationale contre la publicité

La Métropole de Lyon et la ville
de Villeurbanne s'engagent
pour la réduction de la publicité au profit
d'espaces de créations artistiques

En partenariat avec :  **villeurbanne**

GRAND LYON
la métropole

La publicité en quelques chiffres

Environ **3 500** dispositifs publicitaires dans la métropole sur terrains privés (hors dispositifs de mobilier urbain, les enseignes et panneaux dans les vitrines).



La Taxe locale sur la publicité extérieure représente

6,5M€

de recette pour les communes de la Métropole représentant de 0 à 2,6% des recettes d'une commune.

La consommation énergétique d'un panneau numérique correspond à

5 400 kWh/an

pour deux faces de 2m² et est supérieure à la consommation énergétique d'un foyer français (4800kWh/an)



25 mars, journée internationale contre la publicité

Ce jeudi 25 mars, journée internationale contre la publicité, est l'occasion pour l'exécutif métropolitain de rappeler son engagement contre la pression publicitaire dans le domaine public et pour l'amélioration du cadre de vie à travers une action symbolique : la création d'une fresque « street-art » à proximité d'un panneau publicitaire prochainement retiré à Villeurbanne (152, avenue Roger Salengro).

À travers cette fresque réalisée par les artistes de Zoo art show, la Métropole de Lyon, en collaboration avec la Ville de Villeurbanne, poursuit sa mobilisation en faveur de la réduction des dispositifs publicitaires sur le territoire au profit d'espaces d'expression et de création artistique et culturelle.

« Les citoyens sont aujourd'hui exposés à plus de 2 000 publicités par jour et par individu. Face à cette pression publicitaire, la Métropole

s'engage à offrir aux habitants des espaces plus apaisés et agréables à vivre, avec plus de végétalisation et d'espaces libres d'expression. Nous construisons avec les communes du territoire un Règlement local de publicité plus ambitieux, permettant de réduire à la fois le nombre et la taille des panneaux, et notamment des panneaux numériques, très agressifs dans le paysage urbain » explique **Bruno Bernard**, président de la Métropole de Lyon.

Pour **Cédric Van Styvendael**, maire de Villeurbanne et vice-président à la Métropole de Lyon délégué à la Culture : *« Depuis près de 20 ans, Villeurbanne est engagée dans une démarche qui vise à limiter la pollution visuelle avec une intégration plus harmonieuse des supports publicitaires. Notre espace urbain ne peut et ne doit être pensé dans une approche exclusivement commerciale ou marchande. Nous devons continuer à préserver la qualité paysagère de nos villes. Certains espaces publicitaires pourraient ainsi laisser place à la création artistique contemporaine. Pour que les œuvres existent en dehors des institutions culturelles et pour un art à la portée de toutes et tous ! »*

Une fresque de rue de 100 m² pour symboliser la nature qui reprend ses droits

Zoo Art Show

Alors que le Zoo art show attend avec impatience la réouverture de Zoo XXL, son exposition phare regroupant plus de 200 talents internationaux dans le 6^e arrondissement de Lyon, le phénomène street culturel lyonnais est heureux de présenter une première collaboration avec la Métropole de Lyon. Une fresque de rue d'environ 100 m² a été réalisée par Loraine et Ynot, deux artistes lyonnais de la nouvelle génération.

Afin de symboliser la nature qui reprend ses droits, les artistes ont pris le parti de l'abstraction pour

cette fresque réunissant leurs deux styles respectifs. Des diagonales rythment le pan de mur pour laisser apparaître des zooms représentant des scènes naturelles (branches, feuilles, textures issues des nervures, plis etc...), l'un dans un style graphique abstrait, l'autre avec une vision plus figurative.

Les couleurs ont été choisies chaudes et froides pour souligner cette opposition avec une dominante verte pour marquer le thème d'origine.

L'esquisse présentée est une ébauche qui pourra être revue et adaptée in situ





Un Règlement local de publicité métropolitain plus ambitieux

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement local de publicité métropolitain, porté par Philippe Guelpa Bonaro vice-président à la Métropole de Lyon, la collectivité multiplie les rencontres avec les maires, les professionnels de l'affichage et les associations afin de construire, ensemble, ce nouveau règlement qui sera voté d'ici l'été 2022.

Le conseil de la Métropole du 25 janvier 2021 a débattu de différentes orientations cadrant le futur règlement, notamment en faveur :

- de la **préservation de la qualité paysagère et urbaine** ;
- de la **lutte contre la pollution lumineuse** ;
- d'une **réduction du nombre et de la taille de l'ensemble des dispositifs de publicité** ;
- d'une **mise en valeur des commerces et entreprises locales** face à de grandes multinationales ;
- d'une **équité territoriale** pour équilibrer la pression publicitaire entre les cœurs de ville et les périphéries.

Suite à l'approbation finale du RLP, l'ensemble des acteurs auront 2 ans pour se mettre en conformité pour la publicité et 6 ans pour les enseignes des commerces permettant ainsi une transition lissée dans le temps.

Lors de cette période, la Métropole de Lyon continuera son action d'accompagnement des communes et leur proposera des outils techniques et un accompagnement pour faire appliquer le RLP sur leur territoire.

La Métropole s'engage dès à présent pour l'amélioration du cadre de vie et la réduction de la pression publicitaire en résiliant des contrats avec des publicitaires privés sur des terrains métropolitains.

C'est ainsi que 45 panneaux sont en cours de disparition à l'image de celui situé 152, avenue Roger Salengro à Villeurbanne, qui disparaîtra sous peu.



avant

après



CONTACTS PRESSE

Métropole de Lyon

Magali Desongins

mdesongins@grandlyon.com

06 69 33 08 90

Ville de Villeurbanne

Cathy Serra

cathy.serra@mairie-villeurbanne.fr

06 85 48 27 60

Métropole de Lyon

20, rue du Lac

CS 33569 - 69505 Lyon cedex 03

www.grandlyon.com