

RLPc : Soyons ambitieux !

Vivons sans pub, vivons mieux

Avec 28 000 dispositifs d'enseignes et de publicité sur l'agglomération mancelle, l'affichage publicitaire est omniprésent dans notre paysage urbain. Sur les grands axes de circulations et aux entrées de ville, ce sont des dizaines de dispositifs, souvent au format 4m×3m, qui s'alignent de manière désordonnée. Cette surabondance nuit fortement à la qualité du paysage urbain, nuisance ressentie par une part importante de la population : selon l'étude la Sofres « les Français et la publicité » publiée en 2013, 73 % des français jugent la publicité « envahissante » et 85 % la jugent « intrusive ».

Pour quiconque se déplace dans l'espace public, il est impossible de se soustraire à ces messages publicitaires non sollicités. Ces messages renvoient continuellement à un modèle de société basé sur la consommation, ils incitent à la sur-consommation de biens inutiles, génèrent de la frustration voire conduisent au sur-endettement. Ces effets sont particulièrement impactant chez les mineurs, qui se trouvent régulièrement soumis à des images à caractère sexiste, ou incités à consommer des aliments nuisibles pour leur équilibre alimentaire. De plus, cette publicité n'est pas gratuite pour les consommateurs, car les afficheurs répercutent son coût sur le prix de vente des produits. Elle accroît les inégalités entre les grosses entreprises qui ont les moyens de communiquer et de se fabriquer une image qui peut être faussement vertueuse, et les petits producteurs qui ont souvent des procédés plus éthiques mais n'ont pas les moyens de le faire savoir.

La surabondance de dispositifs publicitaires est également néfaste pour l'environnement. Les dispositifs papier nécessitent un renouvellement régulier qui engendre des déplacements polluants. Les dispositifs rétro-éclairés sont consommateurs d'une énergie électrique rarement renouvelable. Les écrans numériques, qui sont apparus au Mans depuis 2012, aggravent cet impact en raison de l'utilisation de métaux et terres rares utilisés pour leur fabrication, et de leur caractère non recyclable. La sur-consommation engendrée par la publicité contribue en outre à l'épuisement des ressources et à la production de déchets polluants.

En faisant le choix de se doter d'un RLP, Le Mans Métropole peut se donner les moyens de réduire fortement les nuisances visuelles, cognitives et environnementales engendrées par l'affichage publicitaire, les enseignes et les pré-enseignes mal intégrées dans l'espace urbain.



**TOUS LES JOURS
JE LAVE MON CERVEAU
AVEC LA PUB**

Pour protéger la qualité esthétique de l'environnement urbain, nous préconisons de :

- conserver les zones de publicité interdites existantes et les étendre à l'ensemble du centre ville
- étendre les zones de publicité restreinte à toutes les zones d'habitations de la métropole
- interdire les enseignes scellées au sol sous forme de panneaux, de totem, d'oriflamme, de mât porte enseigne et les enseignes sur les toits des magasins
- imposer un format respectueux des formes architecturales et de l'environnement pour les devantures commerciales et les enseignes
- remplacer tous les dispositifs de pré-enseignes existants par des dispositifs neutres, sur le modèle des dispositifs de signalisation d'information locale

Pour que l'affichage publicitaire reste limité à un rôle informatif et ne s'impose pas à la vue de tous contre notre grès, nous préconisons de :

- réduire fortement la taille des dispositifs et affiches en les harmonisant sur l'affichage associatif et d'opinion : dispositifs de 2 m² et affiches de 70 cm sur 50 cm maximum
- interdire la publicité à moins de 100 m des établissements dont la vocation est d'abriter un public mineur (établissements scolaires, structures culturelles, de loisirs, sportives...)
- interdire l'implantation de dispositifs publicitaires sur un linéaire de façade court (< 50m) et dans un rayon de 50 m autour des carrefours de circulation

Pour protéger notre environnement des effets néfastes de la publicité, nous préconisons de :

- interdire les écrans numériques publicitaires, les dispositifs lumineux et dont le contenu est mobile
- imposer l'extinction des enseignes et vitrines après la fermeture de l'activité
- appliquer l'arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses

The logo for Helix features the word "Helix" in a stylized font. The 'H' and 'X' are orange, while the 'e' is green and contains a white arrow pointing clockwise.The logo consists of a stylized orange and black target symbol on the left, with a black diagonal line striking through it. To the right, the text "Résistance à l'Agression Publicitaire" is written in a bold, black, sans-serif font.