

Destinataire :

Dijon, le 26/08/2025

Presse locale

Objet : Plan Climat et Biodiversité et incohérences politiques, exemples concrets avec la publicité.

Lors du Conseil métropolitain du 26 juin, nos élus ont voté le Plan Climat et Biodiversité 2024-2030 (1). Bien que ce document soit intéressant et plein de promesses positives, les **Amis de la Terre Côte-d'Or pointent des incohérences de ce Plan par rapport à la politique de nos élus**, François Rebsamen en premier, **notamment avec les affichages publicitaires visibles au quotidien dans les rues.**

Le document suggère des actions sur la mobilité, la production de consommation de biens et services, l'alimentation, les mutations économiques, la gouvernance partagée, la mobilisation ou encore l'attention portée à l'implication des acteurs du territoire. Toutes ces actions sont en contradictions plus ou moins fortes avec la présence des publicités sur les abribus. Une incompatibilité que nous relevons depuis plusieurs années, sans que ni François Rebsamen ni Nathalie Koenders ne souhaitent changer quoi que ce soit.

Explications détaillées :

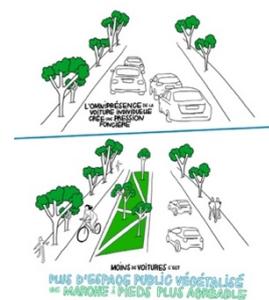
Sur les mobilités

OBJECTIF N°1 : Contribuer à une diminution progressive de la place de la voiture dans le quotidien des habitants

« Ce sont les émissions du secteur des mobilités qui ont aujourd'hui le plus de mal à reculer. La place de la voiture individuelle dans notre quotidien reste très forte. Si nous utilisons de plus en plus les transports en commun, nous utilisons toujours autant, voire plus, la voiture individuelle. »

Extrait de la page 31

>> Comment promouvoir des déplacements autres que la voiture tout en affichant des publicités pour l'automobile - en particulier les SUV - sur les abribus ? C'est totalement incohérent !



(Illustration, plan climat page 6)

Sur l'alimentation

OBJECTIF N°13 : Promouvoir une alimentation saine, durable et accessible à tous

« Nous pouvons faire de l'évolution de nos pratiques alimentaires un levier puissant et vertueux d'anticipation et d'adaptation »

Extrait de la page 62

>> Comment accepter des publicités pour de la viande, notamment de bœuf, alors que c'est de loin l'aliment le plus émetteur de gaz à effet de serre ? C'est totalement incohérent !



OBJECTIF N°14 : Augmenter la part d'approvisionnement local et garantir une juste rémunération des producteurs

« Le développement de l'industrie agro-alimentaire, outre ses effets sur l'environnement, a contribué progressivement à une forme de déconnexion entre les habitants-consommateurs et la production locale, et même les producteurs locaux. »

Extrait de la page 62

>> Comment accepter des publicités sur les abribus pour des aliments ultra-transformés, malsains pour la santé, ou d'entreprises non locales ? C'est totalement incohérent !



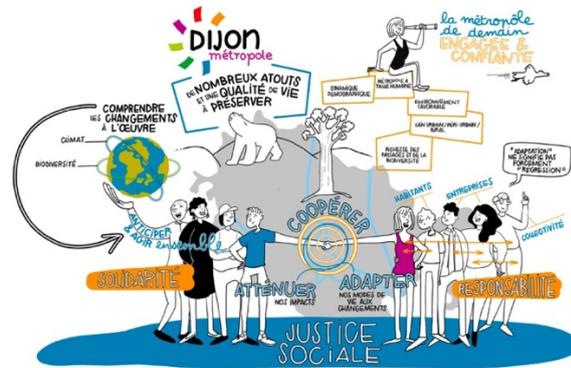
(Illustration plan climat page 7)

Sur la justice sociale

« Au niveau mondial comme en France, ce sont les populations les plus riches qui émettent le plus de gaz à effet de serre au travers de leurs activités. (...) La lutte contre le changement climatique et la lutte contre les inégalités doivent donc se rejoindre et se confondre si l'on souhaite éviter l'émergence de nouvelles crises sociales. »

Extrait de la page 63

>> Comment accepter des publicités sur les abribus pour des entreprises détenues par des milliardaires, dont l'activité économique engendre l'accroissement des inégalités entre les plus riches et plus pauvres ? C'est totalement incohérent !



(Illustration plan climat page 8)

Sur les mutations économiques

OBJECTIF N°18 : Promouvoir un modèle de développement économique durable créateur de richesse à l'échelle de l'aire urbaine

« En quelques décennies, le mouvement régulier de délocalisation a abouti à un morcellement extrême des chaînes d'approvisionnement et de production à l'échelle mondiale. Si ce modèle a produit des gains en pouvoir d'achat, il montre aujourd'hui très nettement ses limites du point de vue environnemental, en matière d'emploi ou en termes de retombées économiques locales. »

Extrait de la page 65

>> Comment accepter des publicités sur les abribus pour des entreprises moins-disantes non locales qui exploitent les ressources naturelles et humaines à l'autre bout du monde ? C'est totalement incohérent !



À consulter : « Encore combien de temps Dijon métropole soutiendra-t-il le dérèglement climatique ? ». URL : <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/encore-combien-de-temps-dijon-metropole-soutiendra-t-il-le-dereglement-climatique/>

Sur la gouvernance partagée

OBJECTIF N°24 : développer et renforcer les espaces de coopération et de construction des réponses
« La concertation doit avoir une visée opérationnelle et se concentrer le plus souvent sur des sujets à impacts avec des objectifs tenables. Pour autant, Il est également nécessaire d'explorer de nouvelles formes de coopération, de liens entre acteurs, pour aller chercher de nouveaux potentiels ou de l'efficience. »

Extrait de la page 73

>> Cela fait des années que nous interpellons la collectivité et demandons un dialogue sur la problématique des publicités sur les abribus. 552 panneaux publicitaires, ce n'est pas rien.

Cela fait des années que nos élus, notamment François Rebsamen et Nathalie Koenders, au mieux nous ignorent, au pire mentent et cherchent à nous ridiculiser. C'est totalement incohérent !

À consulter : « Panneaux publicitaires : incompétences et erreurs de Nathalie Koenders ». URL : <https://dijon-ecolo.blogspot.com/2023/05/panneaux-publicitaires-incompetences-et.html>

L'attention portée à l'implication des acteurs du territoire

« L'implication de chaque acteur, de chaque habitant, à sa mesure et avec ses capacités, est indispensable pour réussir la transition et préserver la qualité de vie et la dynamique économique de notre métropole et des territoires voisins. La métropole entend permettre cet engagement de chacun et le potentialiser en créant des liens, pour faire des uns une ressource ou une source d'inspiration pour les autres, pour soutenir les mutualisations, les partenariats, les coopérations... »

Extrait de la page 80

>> Nous souhaitons être impliqués ! Une fois encore nous répétons que voulons débattre de la publicité sur les abribus, car nous avons des solutions à apporter comme nous l'avons démontré avec notre projet « Aubettes » (2-3) : mise en avant des activités associatives locales, publicité des commerçants et artisans locaux. Mais jusqu'à maintenant nous n'avons reçu aucune attention. C'est totalement incohérent !

À consulter : « Dijon : la publicité, l'activité locale et l'urgence climatique ». URL : <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/dijon-la-publicite-lactivite-locale-et-lurgence-climatique/>

À consulter : « Des affiches pour les activités locales et commerçants locaux ! ». URL : <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/des-affiches-pour-les-activites-locales-et-commerçants-locaux/>

Et en bonus...

Partage de la connaissance et de la compétence

OBJECTIF N°29 : Construire et partager une culture commune du climat et de la biodiversité sur le Territoire

Extrait de la page 76

>> Nous encourageons vivement **TOUS** nos élus à suivre les cours de l'Université du climat et de la biodiversité (4), et surtout François Rebsamen et Nathalie Koenders qui ne jurent que par la « croissance » et l'attractivité territoriale, alors qu'une croissance infinie dans un monde fini est impossible (5)...

À consulter : « Encore et toujours de la publicité à Dijon : un choix honteux et irresponsable ! » URL : <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/encore-et-toujours-de-la-publicite-a-dijon-un-choix-honteux-et-irresponsable/>

Nous sommes en faveur d'un Plan Climat et Biodiversité pour la métropole dijonnaise, encore faut-il que nos élu.e.s ne soient pas incohérents avec celui-ci...



(Montage d'après l'illustration du plan climat page 10)

- (1) <https://www.dijon-metropole.fr/dijon-metropole-a-votre-service/plan-climat-et-biodiversite/>
- (2) <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/les-aubettes-de-demain-sexposent/>
- (3) <https://www.amisdelaterre.org/actu-groupe-local/dijon-la-publicite-lactivite-locale-et-lurgence-climatique/>
- (4) <https://www.dijon-metropole.fr/dijon-metropole-a-votre-service/participation-citoyenne-metropolitaine/universite-populaire-climat-et-biodiversite/>
- (5) <https://www.youtube.com/watch?v=EvcjI0a0ewM>