

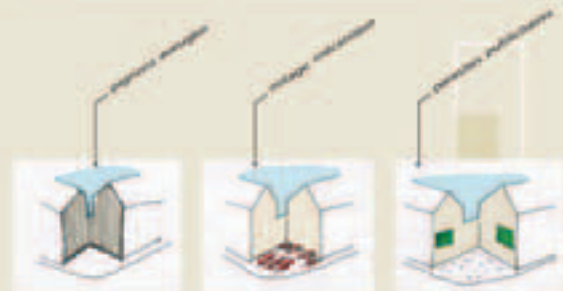
# LYON | 57 RUE MONTESQUIEU | SEMI [S] PUBLICITAIRE

lyon 1202



Le lieu du projet est une parcelle d'angle dans le quartier du troisième arrondissement de Lyon. Cette parcelle rassemble toutes les caractéristiques des lieux délaissés dans et par la ville que sont les "dents creuses" entre milieux ou en angle, résultant d'une démolition d'immeuble, et d'une mise en friche du sol dans l'attente d'une reconquête urbaine.

Les symptômes du délaissement de pareils lieux sont les suivants : la présence de l'automobile dans cette parcelle transformée en parking, et la présence de la publicité sur les murs de pignons aveugles des immeubles mitoyens.



Cette parcelle est considérée comme moins qu'un lieu. Par manque de place déclarée pour la voiture en centre ville, des parcelles sont ainsi mitées, en dehors des parcours de la ville. Bien que publiques, elles sont soustraites à la ville, qui en est ainsi privée.

De plus, cette parcelle est mise à l'écart de la ville, bien qu'en ville, car séparée des parcours des piétons. On ne fait pas un détour par un parking qui n'est pas un lieu de flânerie et de passage. On ne s'y rend que si on le veut.

L'espace public, non seulement délé de la vie en ville, est de plus à usage publicitaire. Il devient donc le lieu des profits privés, aux dépens de la ville. Des publicités y siègent, de même que le long des voies rapides, en périphérie des villes, et le long des axes commerciaux. La seule présence de la publicité suffit à témoigner de sa non considération par la ville elle-même qui le relegue ainsi, bien qu'en centre-ville, à une typologie de périphérie de ville.



La prise en considération de la publicité en tant qu'objet valorisant et à valoriser constitue le fil conducteur du projet.

La publicité ne doit pas être reniée mais intégrée dans les lieux de la ville, aussi délaissés soient-ils. Par le biais du parcours, le délaissé sera rattaché, relié, connecté. Ainsi la publicité restituera au lieu sa durée, à l'échelle du piéton.

La publicité est toujours amenée à être regardée : le projet la donnera à contempler. Des alcôves urbaines permettront aux promeneurs, visiteurs, citadins de s'arrêter, s'installer, s'asseoir à leur gré.

Le dispositif mis en œuvre contient pour module, non le seul support publicitaire normé (dimensions standard des 12, ou 8 mètres carrés), mais l'espace de recul nécessaire mettant en rapport tout spectateur avec l'objet de la contemplation.



L'objet publicitaire comprendra donc le support/écran de la contemplation, la siège ainsi que le socle (à usage technique en sous face) qui les met en rapport.

Néanmoins, considérant que la publicité ne peut rester un pur objet de profit commercial d'intérêts privés dans l'espace public, il sera proposé une mutation de ce site publicitaire.

en vue de sa totale restitution à la ville (qui ne manque pas d'espace uniquement pour la voiture !). Les supports mis en place sur la parcelle appartiendront à la ville, les gains de location publicitaire lui permettant de financer l'entretien de l'espace public, ainsi que son évolution.

Après le temps de la colonisation publicitaire, viendra le temps des semailles publicitaires, d'où s'épanouit le champ publicitaire : espace-temps du passe temps.

